www.jgk.imamreza.ac.ir

پژوهشنامه خراسان بزرگ

دوره ۱۴، شماره ۵۳، زمستان ۱۴۰۲

ISC | MSRT | ICI

مقاله پژوهشی

شاپا چاپی: ۶۱۳۱-۲۲۵۱ شاپا الکترونیکی: ۱۶۷۱-۲۷۱۷

تبیین پدیدارشناختی حس مکان بر مبنای تجارب زیستهٔ انسان (مطالعه موردی: میدان شهداء مشهد)

محمد احسان گنابادی (الف)، خسرو صحاف *(ب)، احسان درری جبروتی (پ)، مهران خیراللهی (ت)

الف) دانشجوی دکترا، گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (Ehsan_gonabadi@yahoo.com)

ب) استادیار، گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

پ) استادیار، گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (Ehsjabarooti@Gmail.com)

ت) استادیار، گروه معماری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (Kheirollahi6490@mshdiau.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۳

شماره صفحات: ۹۰-۶۹

واژگان کلیدی:

پدیدارشناسی، حس مکان، مؤلفه‌های مکان، تجربه‌زیسته، میدان شهداء مشهد

استناد به مقاله:

گنابادی، محمد احسان؛ صحاف، خسرو؛ درری جبروتی، احسان و خیراللهی، مهران. (۱۴۰۲)، تبیین پدیدارشناختی حس مکان بر مبنای تجارب زیستهٔ انسان (مطالعه موردی: میدان شهداء مشهد). *پژوهشنامه خراسان بزرگ*. ۱۴ (۵۳)، ۹۰-۶۹.

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید.

چکیده

از دیدگاه فلسفیِ پدیدارشناسی، جهانِ زندگیِ انسان مکانی است که در آن به سر می‌برد. انسان و مکان نه در مقابل یکدیگر، بلکه به‌طور صمیمانه‌ای درهم‌تنیده‌اند. بنابراین، مکان پدیداری است همواره حاضر و مربوط به زندگی روزمره که تجارب زیسته انسان در آن قوام‌یافته و حس مکان شکل می‌گیرد. ازآنجاکه این تجارب، بدونِ تفکرِ ارادی و مستقیماً از کنش و تعامل روزانه با مکان و عناصر آن شکل می‌گیرند، منبع موثقی برای دستیابی به ویژگی‌های مطلوب مکان هستند. هدف از این پژوهش تبیین ویژگی‌هایی است که حس مکان را القاء می‌کنند و سؤال اساسی چنین است که بر مبنای تجارب زیسته، چه مؤلفه‌هایی سازنده حس مکان در میدان شهداء مشهد به‌عنوان یک فضای شهری هستند؟ تجارب زیسته در مواجهه با این مکان را با روش تحقیق پدیدارشناسی بر اساس الگوی موستاکاس استخراج گردید. این پژوهش شامل دو بخش نظری و عملی است. بخش نظری شامل اطلاعاتی است که از پژوهشی کیفی در مورد پدیدارشناسی مکان حاصل‌شده و بخش عملی برگرفته از مصاحبه‌های نیمه ساخت‌مند با ۶۰ شرکت‌کننده و سپس استخراج گزاره‌های مهم و تم‌های تحقیق است. درنهایت به تحلیل داده‌ها و تدقیق یافته‌ها برای دستیابی به نتایج تحقیق پرداخته شده است. پس از تحلیل داده‌ها و تدقیق یافته‌های مستخرج از آراء کاربران از میدان شهداء مشهد با مبانی نظری مربوط به مکان، آنچه یافت شد، پنج مؤلفه اساسی مکان بر مبنای تجارب زیسته بود: درون‌گرایی، مرکزگرایی، محصوریت، تراکم و عینیت.

DOI: https://doi.org/10.22034/JGK.2024.335696.1041
URL: https://jgk.imamreza.ac.ir/article_190252.html

این مقاله، مستخرج از رساله دکتری محمداحسان گنابادی با عنوان «تبیین تعامل انسان با محیط و تاثیر آن بر امر سکونت پس از انقلاب صنعتی دوم از منظر دانش پدیدارشناسی» به راهنمایی دکتر خسرو صحاف و دکتر احسان درری جبروتی و تحت مشاوره دکتر مهران خیراللهی می باشد.

نویسنده مسئول مکاتبات: (Khosro_sahaf@mshdiau.ac.ir)

مقدمه

رابطه انسان با مکان، از دیدگاه پدیدارشناسی، رابطه‌ای تنگاتنگ و تعاملی است و انسان‌ها نه‌تنها از مکانی که در آن به سر می‌برند جدا نیستند، بلکه به‌طور صمیمانه‌ای با آن ارتباط داشته و درواقع در آن غوطه‌ور هستند، به‌طوری‌که هر یک از این دو یکدیگر را منعکس می‌سازند. بنابراین، مکان اساساً یک پدیدار مربوط به تجربه روزمره است (رلف، ۱۳۸۹: ۵۵). این بدان معناست که انسان‌ها هرروزه در جهانی مملو از مکان‌های متنوع حضور داشته و همواره در کنش با مکان و درگیر با انسان‌ها، چیزها و عناصر موجود در آن هستند و از این طریق تجارب زیسته[1] خود را شکل می‌دهند. بااین‌حال، به نظر می‌رسد طراحان و برنامه‌ریزان محیط‌های شهری، دست‌کم در کشور ما، از اهمیت نقش تجارب زیسته انسان‌ها در درون و در مواجهه با مکان، پیش و پس از طراحی، غافل هستند. ازآنجاکه مکان‌های شهری به مردم تعلق دارند، این تجارب زیسته که نه تجاربی از پیش‌آموخته و آکادمیک، بلکه طبیعی، خالص و دست‌اول هستند، می‌توانند به‌عنوان اصول و مبانی در طراحی لحاظ گردند و مکانی مطلوب را خلق کنند که مردم با آن هرچه بیش‌تر اُنس داشته باشند، اما بالعکس، عدم توجه به این تجارب می‌تواند منجر به خلق مکان‌هایی بیگانه در دل شهر گردد؛ نامکان‌هایی بی‌روح که در برقراری ارتباط صمیمانه با شهروندان ناتوان هستند. در این میان، میدان‌ها یکی از مهم‌ترین فضاهای شهریِ پذیرای مردم و مکانی برای دیدار، گفتگو و خلوت در دل شهر و بستر تعاملات و شکل‌گیری تجارب زیسته انسان هستند. میدان‌ها، از قدیم‌الایام، یکی از عناصر اصلی در ساختار شهری و مکانی برای اجتماعات مختلف شهروندان یک شهر بوده‌اند. اهمیت این عنصر به‌قدری بوده که شهرهای مختلف به‌واسطه میدان‌هایشان معروف بوده‌اند و مثال روشن آن اصفهان است که به نقش‌جهان خود شهرت دارد. بنابراین، تلاش در جهت تبیین و هرچه غنی‌تر کردن تجارب زیسته مردمان در مواجه با میدان بر نقش یادمانی و ماندگاری آن و ایجاد حس مکان خواهد افزود. پدیدارشناسی دانشی است که اساساً به دنبال مطالعه و دستیابی به همین تجارب زیسته است. از این‌رو، به جهان آن‌چنان‌که به‌وسیله یک فرد زندگی می‌شود، نه جهان یا واقعیتی که چیزی جدای از انسان باشد، توجه دارد (سیگارودی، ۱۳۹۱: ۵۷).

بر اساس جدول شماره ۱، از دیدگاه پدیدارشناسی، مکان ویژگی‌های خاص خود را دارد و مردمی که در مجاورت و همراه با مکان به سر می‌برند، عامل اصلی در سنجش میزان مطلوبیت آن هستند. شخص پژوهشگر نیز برای حصول تجارب دست‌اول، می‌بایست فارغ از پیش‌داوری و قضاوت درباره یک مکان بخصوص، خود را همراه با مردم و به‌عنوان یکی از استفاده‌کنندگان از آن ببیند و با کاربرد استراتژی‌های مناسب تحقیق، انسان‌ها را مجاب به بیان و توصیف احساس خود از مکان نماید. این پژوهش که به روش پدیدارشناسی صورت گرفته است، به دنبال ویژگی‌های عام مکان، با بررسی مکان مشخصی به نام میدان شهداء مشهد، برحسب تجارب زیسته مخاطبان آن است. علت انتخاب میدان شهداء از آن روست که این میدان نه‌تنها مرکز فیزیکی شهر مشهد است، بلکه در طول تاریخ حدوداً یکصد ساله خود، شاهد رخدادها و اتفاقات مهم سیاسی، اجتماعی و تاریخی بوده و پس از حرم مطهر امام رضا(ع)، بزرگ‌ترین مرکز شهری مشهد به شمار می‌رود. علاوه بر این، پیکره این میدان در طول دهه‌ها به لحاظ ساختاری و کالبدی دستخوش تغییر گشته که آخرین و عمده‌ترین تغییرات حاصل طرحی است که در سال ۱۳۸۲ش به تصویب رسید و هنوز نیز در حال اجرا است. طرحی که نظرات و گفتمان‌های زیادی را موجب شد و از این‌رو می‌تواند موضوع یک پژوهش مردمی (مبتنی بر آراء مردم) باشد. هدف از انجام پژوهش، تبیین ویژگی‌های مؤثر میدان شهداء در ایجاد حس مکان برای مردم و بر مبنای تجربه زیسته آن‌ها است. سؤال این پژوهش این است که بر مبنای تجارب زیسته، چه مؤلفه‌هایی باعث ایجاد حس مکان در یک فضای شهری می‌شود؟ به‌عبارت‌دیگر، بر مبنای تجارب زیسته، ویژگی‌های یک محیط برای تبدیل‌شدن به مکانی در دل شهر چیست؟ مبنای استخراج یافته‌های این پژوهش، شامل دو بخش نظری و میدانی بوده است.

1. Lived Experience

در بخش نظری، به روش کتابخانه‌ای و اسنادی و با روش تحقیق کیفی، ویژگی‌های پدیدارشناسانه مکان به‌دست‌آمده است. در بخش میدانی نیز، به‌واسطه مصاحبه‌های نیمه ساخت‌مند و باز با دو گروه مشارکت‌کنندگان با تجربه هرروزه میدان شهداء و تجربه موقت آن، تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان از تعامل با میدان گرد آمده است. در این بخش به دنبال آن بودیم که هنگامی‌که مردم از رابطه و تعامل خود با یک مکان مشخص سخن می‌گویند، چگونه این رابطه را توصیف می‌کنند؟ و اساساً یک مکان مطلوب برای مردم چگونه است؟ برای تحلیل داده‌های میدانی، از روش تحقیق پدیدارشناسی بر اساس الگوی کلارک موستاکاس[1] که شامل گام‌های تعیین پدیده موردمطالعه، تعلیق تجارب محقق، گردآوری داده‌ها از کسانی که پدیده موردنظر را تجربه کرده‌اند، افقی‌سازی گزاره‌های مهم، بسط توصیفی از تجارب اشخاص، توصیف ساختاری از تجارب اشخاص و ادغام توصیفات برای دستیابی به جوهره کلی تجربه موردنظر است، استفاده کرده‌ایم. به‌منظور دستیابی به نتیجه نهایی، جوهره‌های به‌دست‌آمده از الگوی موستاکاس را بر اساس یافته‌های نظری پدیدارشناسی مکان تدقیق شده است. ازآنجاکه ناگزیر به پایبندی به اصول استراتژی تحقیق موستاکاس برای رسیدن به پاسخ صحیح به این پرسش می‌باشیم، از هرگونه طرح فرضیه پیش از آغاز تحقیق خودداری شد تا بدین‌وسیله از پیش‌داوری و جهت‌گیریِ تحقیق به سمت اطلاعاتِ مفروضِ پیش دانسته جلوگیری کرده و ویژگی‌های مکان را تنها بر اساس تجارب زیسته واقعی ساکنان آن به دست آوریم. اصولاً شروع تحقیق پدیدارشناسی با نظریه‌پردازی و سپس اثبات آن نیست، بلکه تحقیق با انتخاب حوزه‌ای برای مطالعه آغاز و سپس آنچه به آن حوزه مربوط است، در جریان تحقیق امکان ظاهر شدن پیدا می‌کند (بودلایی، ۱۳۹۵: ۵۹).

جدول ۱: نگاه پدیدارشناسی به مکان (مأخذ: نگارندگان، برگرفته از: نوربرگ-شولتز، کریستین، ۱۳۸۲؛ هایدگر و مارتین، ۱۳۸۹؛ بدولایی، ۱۳۹۵).

چیستی	چگونگی
مکان بخشی متمایز و معناشده از محیط است	مرزها مکان را محدود و متمایز می‌کنند
مکان پدیداری مربوط به تجربه روزمره است	در مکان به سر می‌بریم اما از آن غافلیم
انسان با مکان یگانه است	انسان هستی-در-مکان دارد
انسان و مکان یکدیگر را منعکس می‌سازند	مکان بدون انسان و انسان بدون مکان معنا ندارد
مکان پدیده‌ای فرهنگی است	اشتراکات مکان به‌واسطه درک مشترک اذهان در هر فرهنگ شکل می‌گیرد.
انسان در مکان زیست می‌کند	بودن در مکان، در-درون-بودن است
مکان تجلی‌گاه عینی زیست-جهان است	مفهوم ذهنی زیست-جهان با ساخت (در) مکان به‌عین می‌آید
نگاه پژوهشگر به مکان، نگاهی درونی است	بهره‌گیری پژوهشگر از آموزه‌های آکادمیک
	رجوع پژوهشگر به دیدگاه‌ها و احساسات مردمی که با مکان در ارتباط مستقیم‌اند.
	حضور مستمر و فعال در مکان

پیشینه پژوهش

در دهه اخیر با ترجمه آثار پدیدارشناسی و ازجمله نوشته‌ها و کتاب‌های معمار-پدیدارشناس بزرگی چون کریستین نوربرگ-شولتز، اقبال به مطالعات مربوط به مکان با تأکید بر حس مکان در میان پژوهشگران کشورمان افزایش‌یافته است. مؤید این امر، صدها مقاله و کتابی است که به مفهوم مکان اختصاص دارند. در این میان، میدان به‌عنوان یک عنصر شهری، ازجمله پدیدارهایی است که به‌دفعات موردپژوهش واقع شده است. ازجمله، اقبالی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی مقایسه‌ای حس تعلق شهروندان به میدان ایالت ارومیه و میدان حسن‌آباد تهران با بررسی هویت مکانی»، دو میدان مزبور را با رویکرد کیفی و مقایسه‌ای و با استفاده از نظرسنجی پرسشنامه‌ای به لحاظ هویت مکانی و حس تعلق شهروندان به آن‌ها بررسی کرده‌اند. نویسندگان

1. Clark E. Moustakas (1923-2012)

مقاله عوامل شکل‌دهنده هویت مکانی را در سه گروه کالبد مکان (اندازه، درجه محصوریت، تضاد، مقیاس، تناسب، بافت، رنگ، بو و غیره)، عملکرد مکان و روح مکان دسته‌بندی کرده و سپس این مؤلفه‌ها را در قالب پرسش‌نامه موردبحث و سنجش قرار داده‌اند. بر اساس نتایج پژوهش، ارتباط معناداری میان هویت مکانی و حس تعلق به مکان وجود دارد.

سجادزاده در مقاله‌ای با عنوان «نقش دلبستگی به مکان در هویت بخشی به میدان‌های شهری (نمونه موردی: میدان آرامگاه شهر همدان)»، عقیده دارد که دلبستگی به مکان باعث هویت‌بخشی و مطلوبیت آن شده و به دنبال آن است که چه عواملی باعث دلبستگی افراد به فضایی مانند میدان می‌شود. نویسنده اظهار می‌دارد که توسعه نامناسب شهرها موجب تضعیف دلبستگی ساکنان به فضاهای شهری و فقدان حس مکان شده است. او در این مقاله با طرح پرسشنامه و مصاحبه حضوری با ۲۰۰ شرکت‌کننده، استدلال می‌کند که بین دلبستگی به مکان و هویت آن رابطه مستقیم وجود دارد که این امر باید در طراحی میدان‌های شهری موردتوجه قرار گیرد. از دیدگاه مقاله، عوامل مهم دلبستگی به نمونه موردی بررسی‌شده، وجود آرامگاه بوعلی، امکان دسترسی مناسب به میدان، وجود عوامل و عناصر محیطی نظیر درختان و فضای سبز، وجود فضاهای تجاری روزمره اطراف میدان و جانمایی مناسب میدان به لحاظ موقعیت مرکزی در شهر می‌باشند. درنهایت این عوامل در سه زیرگروه مؤلفه‌های احساسی، مؤلفه‌های عملکردی و مؤلفه‌های معنایی دسته‌بندی می‌شوند.

محمدحسن ابراهیمی در مقاله‌ای با عنوان «میدان؛ فضاهای تعریف‌نشده ایرانی»، با رویکردی تحلیلی-تفسیری و از دیدگاه حرفه‌ای و طراحی شهری، به چگونگی شکل‌گیری، عملکرد و سرنوشت میدان در ایران پرداخته و عقیده دارد که ازهم‌گسیختگی کالبدی و عملکردی امروز میدان باعث شده تا این عنصر شهری به فضایی تعریف‌نشده در دل شهر بدل شود. او پس از بررسی سیر تاریخی میدان در ایران، وضعیت موجود را نتیجه ظهور مدرنیسم و تغییرات شتاب‌زده سیمای شهرها علی‌الخصوص با ورود اتومبیل می‌داند. ابراهیمی این تغییرات در سیمای میدان را گریزناپذیر دانسته و از این روی کالبدی برای میدان‌های امروز تعریف می‌کند شامل سه حیطه فضای آرمانی یا بخش مرکزی میدان، حیطه فضای حرکت یا بخش فاصل میدان که محل حرکت پیاده و سواره است و باید به‌خوبی از یکدیگر تفکیک شود و درنهایت، حیطه فضای دیدار یا بخش خارجی میدان که فضای تعامل شهروندان و محل تجمع و فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. او چگونگی طراحی این سه عامل را ملاکی برای ارزیابی و نقد وضعیت میدان‌های امروز می‌داند.

دانشپور و غفاری آذر در مقاله «طراحی شهری با رویکرد مشارکت همکاری‌جویانه، از ایده تا طرح»، به دنبال خلق مکانی در شهر با مشارکت توأمان شهروندان و متخصصان حوزه طراحی شهری هستند. این مقاله که با رویکرد کیفی صورت گرفته و ماهیت آن نظری-کاربردی است، از روش تحلیلی-تطبیقی به‌منظور تحلیل نظرات مردم و کارشناسان و تطبیق آن با اصول و فرایند شهرسازی بهره گرفته است. نویسندگان مقاله با اذعان به این امر که روش‌های سنتی برنامه‌ریزی و طراحی شهری دیگر نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای رو به رشد شهرسازی پایدار باشند، بیان می‌دارند که در طراحی فضاهای شهری دانش کارشناسان و همچنین بینش ذی‌نفعان و اعضای جامعه باید در روند تصمیم‌گیری به‌طور مساوی شرکت داشته باشد. بنابراین، با طرح پرسشنامه و مصاحبه حضوری با ۱۶۸ شرکت‌کننده، به دنبال ارائه یک چارچوب طراحی مشارکتی هستند که نیازها و الزامات ذی‌نفعان را ادغام کند. درنهایت فرآیندی از مهم‌ترین مراحل طراحی مشارکتی ارائه‌شده که شامل سه مرحله اساسی است که طراحان باید در فرآیند طراحی مشارکتی بر آن متعهد باشند. این سه مرحله شامل آگاهی‌بخشی و اظهارنظر عمومی، کارگاه‌های طراحی و بازخورد مردم است.

با بررسی پیشینه پژوهش مشخص شد که اکثر مطالعاتی که در باب مکان و حس مکان صورت گرفته، دارای رویکرد کیفی بوده و در قالب پرسشنامه و مصاحبه به تحلیل و تفسیر اطلاعات و دستیابی به نتایج پرداخته‌اند. پژوهش حاضر نیز همین مهم را اساس روش پژوهش قرار داده است. بااین‌حال نوآوری پژوهش در آن است که به بررسی مؤلفه‌های مکان از دریچه تجارب زیسته مخاطبان آن پرداخته است. به‌عبارت‌دیگر، هرچند مکان یک مفهوم اساسی در مطالعات

پدیدارشناسی است و پژوهش‌های گسترده‌ای در رابطه با مکان به‌عنوان یک پدیدار صورت گرفته، اما کمتر تحقیقی وجود دارد که مکان را بر اساس تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در آن بررسی کرده باشد؛ تجاربی که اساسِ شکل‌گیری، قوام و ماندگاری مکان هستند. نکته مهم این است که این تجارب که تا این حد از آن‌ها غفلت شده، منبع اصلی طراحی مشارکتی در راستای ادغام نظرات کارشناسان و عامه مردم هستند. یکی از پژوهش‌های مفیدی که تا حدودی بر مبنای تجارب زیسته صورت گرفته، مقاله‌ای با عنوان «پدیدارشناسی تجربه زیباشناختی مکان: نمونه موردی میدان نقش‌جهان اصفهان» است. نویسنده این پژوهش به توصیف مبانی زیباشناختی مکان با استفاده از استراتژی تحقیق پدیدارشناسانه ماکس ون مانن[1] و بر مبنای تلفیق مطالعات نظری پدیدارشناسی و مصاحبه‌های میدانی پرداخته است. نویسنده در انتهای مقاله و پس از خارج‌نویسی گفتگوها، ۱۶ مؤلفه مکان را که بر اساس تجربه افراد از میدان نقش‌جهان شکل‌گرفته و منجر به صورت‌بندی مفهوم زیبایی شده، استخراج کرده است. هرچند این تنها مقاله‌ای است که به تجربه زیسته در مواجهه با مکان پرداخته، اما در حین جستجوی پیشینه تحقیق متوجه شدیم که سابقاً هیچ پژوهشی در عرصه معماری، مکان و تجارب زیسته به روش موستاکاس صورت نگرفته است. بنابراین، پژوهش حاضر، نخستین در نوعِ خود است. برتری الگوی موستاکاس نسبت به سایر استراتژی‌های تحقیق پدیدارشناسی در این است که با وفاداری به آموزه‌های هوسرل، روشی نظام‌مند و گام‌به‌گام را ارائه می‌دهد که اصولاً بر توصیفاتی از تجارب مشارکت‌کنندگان استوار است و از این‌رو، مستقیماً به تجارب زیسته انسان‌ها رجوع دارد. از این‌رو می‌تواند به‌درستی به پرسش اصلی این پژوهش مبنی بر تعیین ویژگی‌های مکان بر اساس تجارب زیسته، پاسخ دهد. شناخت این ویژگی‌ها می‌تواند به‌عنوان معیاری مفید برای سنجش میزان موفقیت یک محیط در تبدیل‌شدن به مکان باشد. همچنین روش تحقیق ارائه‌شده در این پژوهش، می‌تواند الگویی برای بررسی مکان‌های مشابه در سایر نقاط کشور باشد.

روش پژوهش

این پژوهش با روش پدیدارشناسی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین روش‌های تحقیق کیفی و بر اساس الگوی پدیدارشناسانه موستاکاس انجام گرفته است. به‌واقع، ناکارآمدی شیوه‌های کمّی در شناخت انسان و پدیده‌های مرتبط، موجب شده تا شیوه‌های تحقیق کیفی به پژوهشگران برای درک انسان و بسترهای اجتماعی و فرهنگی که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، گزینه مناسب‌تری به نظر برسند (بودلایی، ۱۳۹۵: ۲۱). در این میان، رویکرد پدیدارشناسی اساساً یک شیوه تحقیق کیفی است که کمتر موردتوجه پژوهشگران قرارگرفته و برخلاف شیوه‌های کمّی، به‌جای آزمون سطحی پدیده‌ها، منجر به شناخت عمیق‌تر آن‌ها می‌شود (پرتوی، ۱۳۸۲: ۲۳۹). گزینش روش پدیدارشناسی در این پژوهش نه‌تنها به‌این‌علت است که دانش پدیدارشناسی به کیفیت (چگونگی[2]) پدیدارها و نه کمیت (چیستی[3]) آن‌ها می‌پردازد، بلکه ازآنجاکه تجربه زیسته انسان و فهم و ادراک مشترک گروهی از انسان‌ها در مواجهه با پدیدارها را مدنظر دارد، می‌تواند در حوزه مطالعات مربوط به معماری و پدیدار مکان رویکردی بسیار کارآمد باشد.

یکی از الگوهای روش تحقیق پدیدارشناسی، الگوی ارائه‌شده توسط کلارک موستاکاس، روان‌شناس آمریکایی و استاد سابق دانشگاه کلمبیا است. موستاکاس بر اساس پدیدارشناسی متعالی (هوسرلی)، رویه‌ای سیستماتیک، گام‌به‌گام و هدفمند ارائه می‌دهد که کمتر بر تعبیر و تفسیر از سوی محقق متکی است و بیشتر بر توصیفاتی از تجارب مشارکت‌کنندگان استوار است (اعرابی، ۱۳۹۰: ۳۳-۳۴). موستاکاس در کتاب ارزشمند خود با عنوان *روش‌های تحقیق پدیدارشناسی*[4]، به تشریح الگوی تحقیق پدیدارشناسی خود که عمدتاً ترجمه و تبدیل آراء پدیدارشناسانه هوسرل در قالب یک فرآیند است، پرداخته است. گام‌های روش او بدین شرح است:

۱. تعیین پدیده موردمطالعه: به معنای انتخاب موضوع تحقیق. بهترین نوع مسائلی که برای تحقیق پدیدارشناسی مناسب است، مسائلی هستند که مستلزم فهم مشترک یا

1. Max van Manen
2. How
3. What
4. Phenomenological Research Methods (1994)

تجربه مشترک عده‌ای در رابطه با یک پدیده باشند (بودلایی، ۱۳۹۵: ۳۲)؛ پدیداری همچون مکان که با تجربه زیسته انسان‌ها سروکار دارد، موضوع مناسبی برای یک مطالعه پدیدارشناسانه است.

۲. تعلیق (در پرانتزگذاری[1]) تجارب محقق: این فرآیند که هوسرل آن را «اپوخه[2]» می‌نامد، موجب می‌شود تا پیش‌داوری‌های پژوهشگر آسیبی به روند و نتایج پژوهش وارد نکند. بدین ترتیب پژوهشگر اذعان دارد که از پدیدار چیزی نمی‌داند و نیز نمی‌داند که به چه نتایجی خواهد رسید.

بنابراین، برخوردی خالص و دست‌اول با پدیدار داشته و نهایتاً پدیدار در واقعی‌ترین وضع ممکن حاصل می‌شود. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشخص است، در این پژوهش به تبعیت از گلیسر، از همان آغاز پژوهش و در مرحله انتخاب موضوع و عنوان، تجارب و پیش‌فرض‌های پژوهشگر درباره مکان در پرانتزگذاری شد (Glaser, 1998: 102) و تنها در قسمت یافته‌ها، عمل اپوخه متوقف گردید تا آنچه به‌دست‌آمده، با نظریه‌ها و مطالعات پیشین در مورد پدیدارشناسی مکان تدقیق شود.

جدول ۲: مراحل اجرای اپوخه بر مبنای گام‌های الگوی روش تحقیق پدیدارشناسی موستاکاس در پژوهش حاضر (نگارندگان، برگرفته از بودلایی، ۱۳۹۵؛ اعرابی و بودلایی، ۱۳۹۰).

چشم‌پوشی از دانسته‌های پیشین، حذف عبارات نقادانه و جهت دهنده	ایده اولیه و عنوان تحقیق	اپوخه
بدون طرح فرضیه تحقیق	طرح سؤالات پژوهش	اپوخه
نمونه‌های هدفمند بدون اولویت و مصاحبه‌های نیمه ساخت‌مند	انتخاب جامعه آماری و ابزار گردآوری اطلاعات	اپوخه
بدون اولویت‌دهی و لحاظ کردن فراوانی پاسخ‌ها	افقی سازی گزاره‌ها	اپوخه
صرفاً بر مبنای متن مصاحبه‌ها	تحلیل داده‌ها و ارائه توصیفات محتوایی و ساختاری	اپوخه
بر اساس مفروضات پدیدارشناسی و نتایج حاصل از تحقیق	یافته‌ها	

۳. گردآوری داده‌ها: این مرحله خود شامل دو بخش است:

الف. گزینش جامعه آماری: روش نمونه‌گیری در پژوهش پدیدارشناختی که عمدتاً به بررسی تجارب زیسته انسان می‌پردازد، عموماً هدفمند است؛ چراکه کسانی که به‌طور واقعی در حال به سر بردن زندگی خویش در همجواری با پدیده موردمطالعه هستند، تنها منبع مشروع داده‌هایی هستند که محقق می‌تواند با اتکاء به آن به حقیقت پدیدار دست یابد (بودلایی، ۱۳۹۵: ۱۵)، اما ازآنجاکه این پژوهش با مطالعه یک مکان خاص (میدان شهداء مشهد) درصدد تبیین ویژگی‌های عام پدیدار مکان است، تلاش شد تا بیشترین تنوع در نمونه‌ها لحاظ شود تا بدین طریق، بیشترین داده‌های ممکن حاصل شود (نمونه‌گیری با حداکثر تنوع[3]).

بدین معنی که علاوه بر صاحبان تجربه (افراد دست‌اول که هرروزه میدان شهداء مشهد را تجربه می‌کنند)، از نظرات کسانی که پدیدار را یک و یا چندین بار تجربه کرده‌اند نیز بهره گرفته شد (گردشگران ایرانی و غیرایرانی). در مورد اندازه و گستردگی نمونه‌های جامعه آماری نظرات مختلفی وجود دارد. وسعت جامعه آماری به نوع تحقیق، هدف تحقیق و نوع داده‌ها بستگی دارد، اما ازآنجاکه یک فرد به‌تنهایی می‌تواند صدها یا هزاران مفهوم تولید کند، بنابراین نمونه‌های بزرگ ضرورتاً برای تولید مجموعه داده‌های غنی موردنیاز نیست. در این پژوهش، ۶۰ نمونه با دقت نظر از بین طیف مختلف افراد و بدون پیش‌داوری انتخاب گشته‌اند. در جدول ۳ جامعه آماری تحقیق معرفی شده است.

1. Bracketing
2. Epoche
3. Maximum Variation Sampling

جدول ۲: جامعه آماری منتخب این پژوهش (مأخذ: نگارندگان)

جامعه آماری تحقیق ۶۰ مورد	نمونه‌های با تجربه هرروزه پدیدار ۳۰ مورد (A)	کسبه و کارکنان داخل محدوده میدان – ۱۰ مورد A-A-1 … A-A-10
		کسبه و کارکنان محدوده مجاور میدان – ۱۰ مورد A-B-1 … A-B-10
		مشهدی‌های ساکن در مجاورت میدان – ۱۰ مورد A-C-1 … A-C-10
	نمونه‌های با تجربه موقت پدیدار ۳۰ مورد (B)	گردشگران و زائران شهرهای مختلف ایران – ۱۰ مورد B-A-1 … B-A-10
		گردشگران و زائران دیگر کشورها – ۱۰ مورد B-B-1 … B-B-10
		مشهدی‌های ساکن در سایر نقاط شهر – ۱۰ مورد B-C-1 … B-C-10

ب. انتخاب ابزار گردآوری داده‌ها: در پژوهش پیش رو از مصاحبه‌های عمیق نیمه ساخت‌مند برای گردآوری داده‌ها استفاده‌شده تا مشارکت‌کننده بتواند به بیان و توصیف هرچه بیشتر تجاربش در رابطه با مکان موردنظر (میدان شهداء مشهد) ترغیب شود. هرچند کلیت سؤالات از پیش مشخص بود، اما در حین مصاحبه برای شفاف‌تر شدن موضوع و آشکار شدن مقصود مشارکت‌کننده، برحسب موقعیت، پرسش‌های تکمیلی نیز مطرح شد. پرسش‌های مطرح‌شده عمدتاً توصیفی بوده و به چگونگی یا شیوه تجربه پدیدار مکان و نه چیستی تجربه می‌پرداختند تا بدین‌وسیله بتوان به ویژگی‌های کیفی مکان دست‌یافت. نکته حائز اهمیت در طرح این پرسش‌ها، کلی و نسبی بودن آن‌ها بود تا هیچ‌گونه جهت‌دهی و سوگیری در پاسخ‌ها ملاحظه نگردد. نمونه‌ای از سؤالات مطرح‌شده به این شرح است: چه تجربه‌ای از مواجهه با میدان شهداء مشهد دارید؟ چگونه میدان شهداء مشهد را در ذهن خود مجسم می‌کنید؟ چگونه به میدان وارد می‌شوید؟ چگونه از میدان خارج می‌شوید؟ چه خاطره مشخصی از میدان شهداء مشهد دارید؟

۴. افقی‌سازی داده‌ها[1] (ارزش‌گذاری برابر گزاره‌ها): در این گام، عبارات، جملات و گزاره‌های مهمی که نشان‌دهنده شکل‌گیری و قوام تجربه مشارکت‌کننده از پدیدار بود، استخراج گشت. نکته مهم در این مرحله توجه به این نکته است که هیچ‌کدام از گزاره‌ها بر دیگری برتری نداشته و همگی دارای ارزش یکسانی هستند. همچنین تعدد استفاده از گزاره‌ها اهمیتی ندارد. گزاره‌ای که ده‌ها بار توسط چندین مشارکت‌کننده تکرار شده با گزاره‌ای که تنها یک‌بار و توسط یک مشارکت‌کننده تکرار شده، ارزش برابری دارد.

۵. ترکیب‌بندی گزاره‌ها (ساخت تم‌ها): در این مرحله، پژوهشگر گزاره‌های مهمِ یکسان‌سازی شده را در درون عناوین و تم‌های مختصر دسته‌بندی می‌کند (همان: ۳۲).

۶. ارائه توصیف متنی[2] (محتوایی) از تجارب اشخاصِ درگیر با موضوع: این گام به معنای توصیف محتوای تم‌هاست. بدین معنی که پژوهشگر با توجه به متن بیان‌شده از جانب مشارکت‌کننده، به ارائه توصیفات منسجم از پدیدار می‌پردازد. توصیف متنی، نگارشی توصیفی است از جانب پژوهشگر درباره پاسخ مشارکت‌کننده به این سؤال مشخص که «در مورد پدیدار موردنظر چه تجربه‌ای دارد؟»

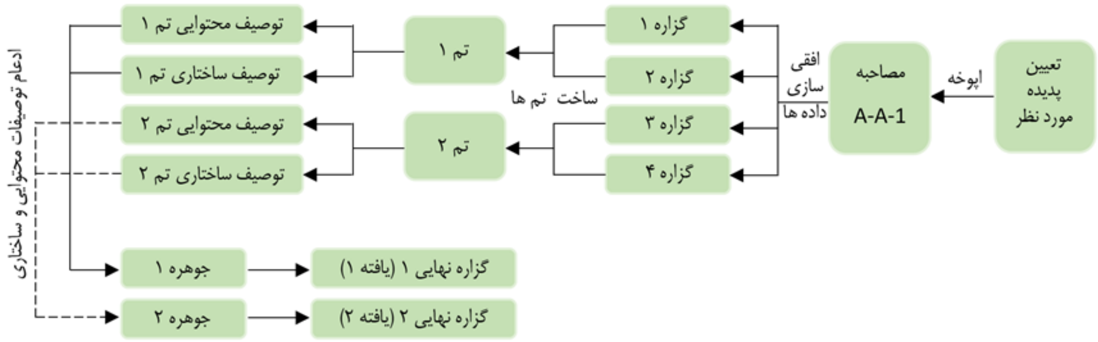
۷. ارائه توصیف ساختاری[3] از تجارب شرکت‌کنندگان درگیر با موضوع: در این گام، پژوهشگر به چگونگی تجربه مشارکت‌کننده برحسب شرایط، موقعیت یا محتوا می‌پردازد. درواقع، این مرحله پاسخ به این پرسش است که «چه زمینه یا وضعیتی بر تجربه مشارکت‌کننده از پدیدار موردنظر تأثیرگذار بوده است؟»

1. Horizontalization
2. Textural Description
3. Structural Description

۸. ادغام و تلفیق ترکیبی از توضیحات محتوایی و ساختاری برای دستیابی به جوهره کلی از تجربه موردنظر: در این گام پژوهشگر با یکپارچه‌سازی توصیفات محتوایی و ساختاری به جوهر و ذات پدیدار می‌رسد. ذات یعنی آن چیزی که به فروکاست پدیدارشناسانه[1] تن نمی‌دهد (جمادی، ۱۳۹۵: ۱۳۳)، بنابراین ثابت و بدون تغییر است. هدف نهایی پدیدارشناسی نیز آشکارگی ذات پدیدارهاست.

۹. یافته‌ها: یافته‌ها در الگوی موستاکاس با تبدیل جوهره‌ها به گزاره نهایی به دست می‌آید که خود پاسخی است به سؤالات پژوهش. نکته حائز اهمیت در اینجا این است که یافته‌ها منوط به اِعمالِ در پرانتزگذاری و اپوخه نیستند. در این گام نهایی، جوهره‌ها با اطلاعات قبلی پژوهشگر و نظریه‌ها و یافته‌های موجود در مورد پدیدار ترکیب‌شده و نتایج نهایی حاصل می‌شود. مراحل الگوی موستاکاس تا رسیدن به یافته‌های پژوهش، در نمودار ۱ نمایش داده شده است.

نمودار ۱: گام‌های روش تحقیق پدیدارشناسی موستاکاس برای رسیدن به یافته‌ها در پژوهش حاضر (مأخذ: نگارندگان)



مبانی نظری

پدیدارشناسی

اصطلاح پدیدارشناسی یا فنومنولوژی[2] که بر طبق تعریف تحت‌اللفظی، «شناخت پدیدار» ترجمه می‌شود، از دو کلمه فنومن[3] (پدیدار) و لوژی[4] تشکیل یافته است. فنومن (پدیدار)، یعنی بخش اول کلمه فنومولوژی (پدیدارشناسی)، واژه‌ای است که اصل یونانی آن (Phainomenon در زبان لاتین) است. این واژه برگرفته از Phainesthai به معنای آشکار شدن یا ظاهر شدن است که معادل انگلیسی آن appear، معادل آلمانی آن erscheinen و معادل فارسی آن، نمودن است. همه این معادل‌ها هم معنای آشکار شدن می‌دهند و هم معنای به نظر آمدن. بخش دوم اصطلاح Phenomenology، یعنی Logy، به Logos بازمی‌گردد. هوسرل پسوند logy را که مأخوذ از logos (نطق) است، اغلب به معنای شناخت یا شناسی به کار می‌برد، اما هایدگر logy و logos را نیز در اصل از مصدر اصیل legein در یونانی به معنای آشکار کردن [رفع حجاب و بیرون آوردن از پوشیدگی] می‌داند (جمادی، ۱۳۹۵: ۸۳).

پدیدارشناسی، معماری و مکان

پدیدارشناسی به‌واسطه جامعیت و روش رویارویی نوینی که در برخورد با پدیدارهای جهان زندگی انسان ارائه کرد، نه‌تنها به‌عنوان شیوه‌ای کاربردی در مکاتب فلسفی پس از خود، همچون اگزیستانسیالیسم و ساختارگرایی، مطرح گشت، بلکه در بسیاری از حوزه‌های دانش و هنر نیز به‌عنوان روشی پاسخگوی نیازهای انسان به کار گرفته شد. یکی از زمینه‌هایی که پدیدارشناسی توانست تأثیر به سزایی در آن داشته باشد، معماری بود. پدیدارشناسی از اواخر دهه هفتاد میلادی با ترجمه آثار فیلسوفانی چون مارتین هایدگر، گاستون باشلار[5] و موریس مرلوپونتی[6] وارد عرصه معماری و شهرسازی گردید.

1. Phenomenological Reduction
2. Phenomenology
3. Phenomen
4. logy
5. Gaston Bachelard
6. Maurice Merleau-Ponty

افرادی چون کریستین نوربرگ شولتز[1]، یوهانی پالاسما[2]، کنت فرامپتون[3]، دیوید سیمون[4]، آلبرتو پرز گومز[5]، استیون هال[6]، پیتر زومتور[7] و کریستوفر الکساندر[8] تحت تأثیر اندیشه‌های پدیدارشناسی فلسفی، این نحله فکری را وارد حوزه معماری نمودند (هال، ۱۳۹۵: ۸).

مکان یکی از پرکاربردترین مباحث در پدیدارشناسی معماری است. به‌واقع معماری از دیدگاه پدیدارشناسی، «هنر مکان» است (Norberg-Schulz, 1980: 96) و به ساختارهای عینی طبیعی و مصنوع محیط انسان اشاره دارد. از این‌رو، مبنی بر تصویر ۱، انسان نه‌تنها از محیطی که در آن زیست می‌کند جدا نیست، بلکه رابطه‌ای تنگاتنگ، صمیمانه و جدانشدنی با آن داشته و در آن غوطه‌ور است. فریتز استیل[9] می‌گوید: «مکان‌ها مستقل از ما وجود ندارند» (پرتوی، ۱۳۸۲: ۸۱). ما برای این‌که «در» جهان باشیم، باید ابتدا خود را «در» مکانی درگیر با چیزها، انسان‌ها و زندگی‌ها پیدا کنیم (صافیان، ۱۳۹۰: ۱۰۷). بنابراین، لازمهٔ در-جهان-بودن، در-مکان-بودن است؛ برداشتی که در مقابل دوگانه انگاریِ اومانیسم دکارتی و تجربه‌گرایی هیوم -مبنی بر تقابل انسان و جهان- قرار دارد.



تصویر ۱: رابطه انسان و مکان از دیدگاه پدیدارشناسی (راست) و دیدگاه پوزیتیویستی (چپ) (مأخذ: نگارندگان)

پدیدارشناسی مکان

از دیدگاه پدیدارشناسی هر مکان بخشی از محیط است. اگرچه محیط گستره‌ای باز است، اما مکان بخشی متمایز از محیط است که توسط شخصی یا چیزی اشغال‌شده و برای انسان تعریف و معنادار گشته است. از این نگاه، مکان یک پدیده مربوط به تجربه روزمره است و به همین دلیل بر کلیه مفاهیم و برداشت‌های اکادمیک مقدم است. پدیدارشناسی رویکردی است که پیچیدگی این تجربه را تصدیق می‌کند و هدف آن روشن کردن ابعاد این تجربه بدون تنزل دادن آن به چند مدل خاص است (رلف، ۱۳۸۹). برداشت از محیط به‌مثابه یک پدیدار مربوط به تجربه روزمره عینیت مکان را موجب می‌شود. به بیان فلسفی، پدیدارشناسان معتقدند که درک مکان حاصل میان ذهنیت است و بنابراین مکان عینی است؛ عینی نه بدین معنا که کالبد است، بلکه عینی به معنای این‌که جزء تجارب روزانه و روزمره ماست و از تجربه مشترک میان اگوهای مختلف قوام می‌یابد. آنچه برای یکی حضور دارد و برای دیگری حضور ندارد، در مکان جای نمی‌گیرد؛ چراکه در مکان اختلاف‌ها و تفاوت‌ها به انطباق و یگانگی می‌رسد؛ یعنی وجوه اختلاف ادراک حذف می‌شود و وجوه اشتراک آن‌ها در جهان زندگی [و مکان] به‌عنوان درک مشترک و عام آن‌ها باقی می‌ماند (بودلایی، ۱۳۹۵: ۲۱).

هایدگر عقیده دارد که مکان قلمروی دازاین است. تنها دازاین است که می‌تواند با معنابخشی به محیط، آن را به مکان بدل سازد. درواقع تنها دازاین است که می‌تواند بخشی از جهان (محیط) را به تملّک خویش درآورد. زیست-جهانِ انسان یا همان مکان، در روی زمین، زیر آسمان و در معیت چیزها شکل می‌گیرد. تجربیات ما از مواجهه با چیزها، چیزهایی که آشکاره می‌شوند، در زیست-جهان صورت می‌گیرد و اساساً چیزها در کنار هم و همراه با یکدیگر زیست-جهان ما و هر مکان را شکل و معنا می‌بخشند. بنابراین زیست-جهان، جهان چیزهای خصلت‌مند و معنادار است (Norberg-Schulz, 1980: 131)؛ چیزهایی که در هر

1. Christian Norberg-Schulz
2. Juhani Uolevi Pallasmaa
3. Kenneth Frampton
4. David Seamon
5. Alberto Perez-Gomez
6. Steven Holl
7. Peter Zumthor
8. Christopher Alexander
9. Fritz Steel

مکان وجود دارند و به آن مکان هویت می‌بخشند. همه مکان-ها را چیزهایی که صفات ویژه‌ای دارند مشخص می‌کنند (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۲: ۱۰۶). این چیزها نه‌تنها می‌توانند آسمان و زمین هر مکان باشند، بلکه چیزهای طبیعی و مصنوعی هر مکان نیز می‌توانند هویت مکان را معین کنند. چیزهای طبیعی مانند درختان، صخره‌ها رودها و غیره، همچنین چیزهای مصنوعی مانند ساختمان‌ها. چیزهای طبیعی و مصنوعی با خواص منحصربه‌فردشان همچون شکل، بافت و رنگ، یک خصلت ویژه را برای مکان به همراه می‌آورند.

پدیدارشناسی و مطالعه مکان

تلقّی مکان به‌عنوان پدیداری مربوط به زندگی و تجربه روزمره ایجاب می‌کند که شخص محقق در هنگام انجام مطالعات مربوط به مکان، همچون تمامی افرادی که در مکان به سر می‌برند، خود نیز درگیری مستقیم با آن داشته باشد. بدین معنی که حضور فعّال و مستمر در مکان داشته و به‌صورت فعّال به بررسی ابعاد آن بپردازد. شیوه پدیدارشناسی نگاه از بالا به پایین را مردود دانسته و بر تعامل و درگیری مستقیم با پدیدار تأکید دارد. در این زمینه باتیمر[1] می‌گوید: بیشتر مطالعات مرسوم در زمینه مکان و محل، بر نگاه بیرونی[2] به مکان مبتنی بوده است. در این حالت محقق نقش یک ناظر جدا از محیط را که به‌وسیله تعاریف مرسوم روش علمی تشویق شده است، می‌پذیرد تا یک وضع عینی[3] را در ارتباط با داده‌هایی که جمع‌آوری می‌کند به خود گیرد. ضعف دیدگاه بیرونی آن است که محقق، ناحیه یا مکان مورد بررسی را در دانش واژه‌های از پیش‌فرض شده خود تفسیر می‌کند و به‌ناچار به این سمت کشیده می‌شود که مکان موردمطالعه را آن‌گونه بشناسد که قصد داشته است بشناسد. برای حل این مشکل لازم است که مکان را از زاویه دید فردِ خودی بشناسیم، یعنی از دیدگاه کسی که به‌طور عادی و طبیعی در آن مکان زندگی می‌کند. فرد خودی عموماً مکان یا ناحیه‌اش را برحسب عادت و عرف می‌شناسد و به‌ندرت آن را به‌عنوان امری می‌پندارد که باید موردتوجه ارادی و مستقیم او قرار گیرد (پرتوی، ۱۳۸۲: ۱۶۱). از این‌رو، دانش پدیدارشناسی بر تجربه بی‌واسطه کسانی که با پدیدار در ارتباط‌اند و یا خود محقق، درصورتی‌که درگیری مستقیم با پدیدار داشته باشد، تأکید دارد.

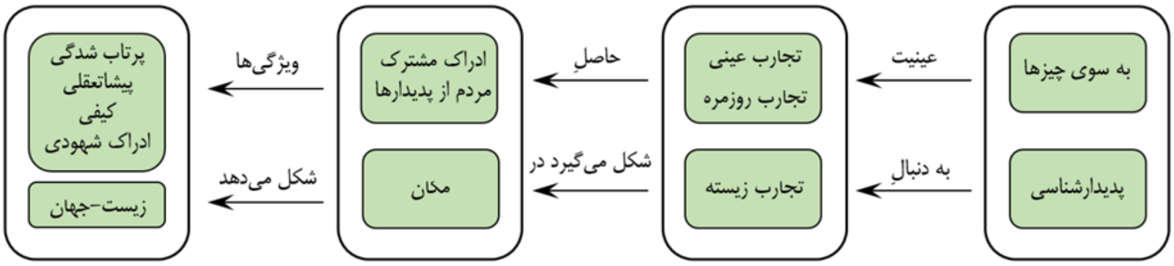
جایگاه تجارب زیسته در پدیدارشناسی

پدیدارشناسی ازآنجاکه دانشی است که با عینیات سروکار دارد و این امر به‌خوبی در مانیفست این جنبش با عنوان «به‌سوی چیزها» آشکار است، به دنبال شناخت تجارب واقعی، روزمره و هرروزه انسان‌ها در مواجهه با پدیدارهاست که به آن «تجربه زیسته» می‌گوید و در نمودار شماره ۲، مشخص است. این تجربه زیسته، گونه‌ای ادراک از پدیدارهای عینی روزمره است که از فهم مشترک انسان‌ها از آن پدیدارها حاصل می‌شود. بنابراین، پدیدارشناسی به توصیف معانی یک مفهوم یا پدیده از دیدگاه عده‌ای از مردم و برحسب تجربه زیسته آنان در آن مورد می‌پردازد. از این‌رو، در پی فهم تجارب مشترک عده‌ای از مردم است (بودلایی، ۱۳۹۵: ۵۵) روش تحقیق پدیدارشناسی نیز، تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در پژوهش را با هدف دستیابی به جوهره موضوع موردبررسی قرار می‌دهد (همان: ۷).

تجارب زیسته در مکان‌های مختلفی که انسان در آن‌ها به سر می‌برد، شکل می‌گیرد. هر مکان، جهانِ زندگی انسان است که پدیدارها در آن تجربه می‌شوند. از این‌رو، پدیدارشناسی مفهوم جدیدی از جهان ارائه می‌دهد با عنوان زیست-جهان؛ جهانی که انسان روزانه و در هرلحظه در آن به سر می‌برد. زیست-جهان، جهانی است که بودن در آن منوط به انتخاب ما نیست و ما اساساً به آن پرتاب شده‌ایم. این جهان، جهانی است پیشاتعقلی که فهم‌پذیری پدیدارها در آن الزاماً هنوز بر پایه توافق‌های عقلی و علمی صورت نمی‌گیرد، بلکه اذهان آدمیان با پدیده‌ها نوعی آشنایی اولیه دارند و دقیقاً بر پایه همین معرفت ماقبل علمی و ماقبل حملی است که کلیه صور بعدی علم و معرفت (صور نظری، استنتاجی، منطقی و غیره) تأسیس می‌شوند (لیوتار، ۱۳۷۵: ۴۰). زیست-جهان، جهان کیفیات است و اساس معرفت در آن، ادراک شهودی است.

1. Buttimer
2. Outsider
3. Objective

نمودار ۲: پدیدارشناسی به دنبال تجارب زیسته انسان‌ها در مواجهه با مکان است (مأخذ: نگارندگان)



حس مکان

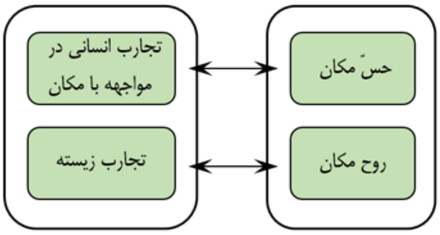
حس مکان اصطلاحی است که برای نخستین بار در نوشتارهای دو اندیشمند بنام، ادوارد رلف[1] و کریستین نوربرگ-شولتز به چشم می‌خورد. رلف در کتاب *مکان و بی‌مکانی* به نقش انسان و خاطره‌ها و تصویرهای ذهنی او در معنابخشی به مکان تأکید دارد و معتقد است تا زمانی که معنای مکان‌ها در ساختار فیزیکی جستجو شود، چیزی یافت نمی‌شود، بلکه باید معنا را در تصویرهای ذهنی و تجربه‌های انسان‌ها از مکان جستجو کرد. برای وی، حس مکان، داشتن نقطه‌ای امن در برابر تهدیدهای دنیا، یک درک و فهم عمیق از موقعیت و جایگاه خودمان در برابر دیگر چیزها و داشتن یک پیوستگی پرمعنای روحی و روانی به‌جایی خاص معنا می‌شود (سادات حبیبی، ۱۳۸۷: ۴۳). بنابراین مکان به معنی داشتن یک نقطه امن است که می‌توان ازآنجا به دنیا نگریست، یک اتّصال قوی که انسان را در موضعش با سایر اشیاء مرتبط می‌سازد و دستیابی و یا ارتباط روحی و روانی با یک نقطه مشخص است (مدیری، ۱۳۸۷: ۷۱-۷۰).

کریستین نوربرگ-شولتز با به کار بردن عبارت حس مکان، بر نقش ادراک و تجارب انسان در معنابخشی به مکان تأکید می‌کند. وی حس مکان را این‌گونه بیان می‌دارد: «زمانی که در کشوری بیگانه سفر می‌کنیم، فضا خنثی است، یعنی هنوز با خوشحالی یا غم مرتبط نیست، اما فضا تنها زمانی که به نظامی از مکان‌های بامعنا بدل گردد، برای ما زنده می‌شود» (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۲: ۸۹). او مکان را فضای احساس و درک شده و با خاطره عجین شده تلقی می‌کند و بخشی از معنای مکان را در تجربه‌ها و حالات روحی انسان جست‌وجو می‌نماید. برای او مکان همان فضای زنده است. زنده‌بودن هم به معنای خاص و هم به معنای عام آن (سادات‌حبیبی، ۱۳۸۷: ۴۲). پس آنچه یک فضا را به مکان ارتقاء می‌دهد، آمیخته شدن آن با معانی و مفاهیم عمیق است که در طول زمان گسترش و ژرفا می‌یابد (شاهچراغی، ۱۳۹۴: ۲۵۹). از دیدگاه شولتز، حس مکان بیانگر این است که مردم هنگام حضور در فضا چیزی فراتر از خصوصیات کالبدی و حسی را درک می‌کنند و می‌توانند به روح مکان دست یابند (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۲: ۱۱۴)، اما تجربه درک روح مکان برای همه یکسان نیست، چراکه تجارب و ادراک انسان‌ها از فضا متفاوت است. به‌عبارت‌دیگر، مکان‌ها همه به نحوی متفاوت از یکدیگر هستند و تجربه هر شخص از یک مکان مشخص همواره و ناگزیر تجربه‌ای ذهنی و مخصوص به خود اوست (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۹: ۶۹). روح مکان از کاراکتر خاص و یا کیفیت ترکیبی یک جای خاص ناشی می‌شود. جنبه‌هایی که می‌توانند این حس را برانگیزند متنوع بوده و شامل مواردی چون ساختارهای فضایی[2]، الگوهای مربوط به موقعیت طبیعی (توپوگرافیک)، بافت‌ها[3]، شرایط طبیعی مثل نور، باد و صدا به‌علاوه مردم و الگوهای وقایع انسانی می‌باشند (پرتوی، ۱۳۸۲: ۱۹۸). شولتز معتقد است که برای بشر پذیرش روح مکان جایی که زندگی‌اش در آن استقراریافته امری ضروری است. ما ناگزیر به «گوش سپردن» به مکان و کوشش برای درک روح آن هستیم (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۲: ۱۱۴). اصلی‌ترین هدف معماری، همسویی با روح مکانی است که در آن ساختن صورت می‌گیرد.

1. Edward Relph
2. Spatial Structures
3. Textures

همان‌طور که در نمودار شماره ۳ و نیز از نگاه رلف و نوربرگ-شولتز مشخص است، رابطه‌ای مستقیم میان حس مکان و تجارب انسانی در مواجهه با فضا وجود دارد. بر این اساس، حس مکان بسیار بیش از آنکه منوط به ساختارهای فیزیکی باشد، در رابطه با تجارب و احساسات انسان‌ها در مواجهه با فضا معنا می‌شود. هرچه این تجربه غنی‌تر باشد، مکان با روح آن در هماهنگی بیشتری است.

نمودار ۳: در دیدگاه پدیدارشناسی مکان محمل شکل‌گیری تجارب زیسته است. هرچه این تجارب غنی‌تر باشد، روح مکان نمود بیشتری خواهد یافت (مأخذ: نگارندگان)



میدان

در هر نقطه تراکمی، خواه دِه و یا شهر، زندگی گروهی انسان-ها نیازمند عملکردهای جمعی خاصی است که گردهمایی عده کثیری از ساکنان را ناگزیر می‌سازد. از دیرباز وجود یک نقطه تجمع مرکزی برای اجتماع و داد و ستد آسان‌ترین و منطقی‌ترین راه‌حل برای پاسخگویی به این نیاز محسوب و این مهم به عهده میدان بوده است (ابراهیمی، ۱۳۸۸: ۱۰۸). میدان یکی از عناصر اصلی در ساختار شهرها در طول تاریخ بوده که همواره نقش‌ها و کارکردهای متعددی بر عهده داشته است، ازجمله می‌توان به استفاده از میدان‌ها به‌عنوان محلی برای انجام مراسم مذهبی، انجام مراسم حکومتی و دولتی، محلی برای داد و ستدهای اقتصادی و مراودات اجتماعی و غیره اشاره نمود. میدان در شهرهای ایرانی عموماً جایگاهی برای اجتماع مردم شهر و حومه، محل تبادلات اقتصادی و گهگاه نیز محل برگزاری ورزش و تفریحات جمعی، رژه سپاهیان، آگاهی‌رسانی جمعی و گاه تنبیه خاطیان و مجرمان بوده است. تنوع عملکردهای یادشده دال بر آن است که در شهرهای بزرگ و پرجمعیت همواره یک میدان مهم و اصلی وجود داشته و میدان‌های کوچک چندی نیز در سطح محله‌ها فعال بوده‌اند (ابراهیمی، ۱۳۸۸: ۱۱۱).

واژه میدان به‌طور عام این‌گونه تعریف شده است: میدان مرکب از می+دان (پسوند ظرفیت) به معنای ظرف و آوند شراب و پیاله شراب خوری است. دهخدا آن را عیش فراخ خوش، صفحه، زمین بی‌عمارت معنا کرده است (دهخدا، ۱۳۷۷: ۱۳۸۰). آگورا، فوروم، بازار-میدان، پیاتزا و پلازا نیز اسامی مختلفی است که در جوامع مختلف به فضایی که عملکرد میدان را دارد اطلاق شده است (ابراهیمی، ۱۳۸۸: ۱۰۸). میدان‌ها فضاهایی هستند که از مجموعه‌ای از بناها در پیرامون خود شکل می‌گیرند. این فضاها عموماً باز بوده و فعالیت‌ها و عملکردهای متنوعی را در خود جای می‌دهند. درنتیجه اشکال این فضاها به‌تبع نیازها و مقتضیات زمانی مختلف، متفاوت است (سلطان‌زاده و شکیبایی، بی‌تا: ۲). در مورد میدان‌های شهری تعاریف متنوعی ارائه شده است. برای مثال نقی زاده میدان را به‌صورت حاصل برآیند سه عنصر اصلی کناره، میانه و فعالیتی که مجموعه آن‌ها هویت میدان را تعریف می‌کند، می‌داند (نقی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۷). توسلی میدان را حیاط عمومی شهر دانسته که نقش جمع‌کردن خانه-ها یا عناصر شهری و محلّه‌ای را داشته است (توسلی و بنیادی، ۱۳۷۱: ۴۱). برومند میدان را فضای باز شهری می-داند که با حضور و مکث معنی‌دار انسان و به‌منظور و مقصود معینی در ارتباط با حرکت جمعیت، موجودیت یافته است. علاوه بر آنکه جلوه‌های روشنی از فضا برای ایجاد ارتباط دارد و تماس و فعالیت‌های آدمی را نمایان می‌سازد (برومند، ۱۳۷۴: ۱۳). سلطان‌زاده نیز میدان را فضای باز و وسیعی می‌داند که دارای محدوده محصور و یا کمابیش معین است و در کنار راه‌ها و یا در محل تقاطع آن‌ها قرار داشته است (سلطان‌زاده، ۱۳۸۵: ۸۲). از دیدگاه ابراهیمی نیز میدان عرصه نمایشی است برای زندگی یک شهر که از حرکت، کوشش، تلاش و سرزندگی شهروندانش خبر می-دهد. میدان با طرح و ترکیبش به شهر هویت می‌بخشد و از

هویت ساکنان آن خبر می‌دهد. اگر شهری را می‌خواهید بشناسید از میدانی که مقصد عامه است دیدن کنید؛ شهر در آیینه کوچک میدان‌هایش به کمال منعکس است (ابراهیمی، ۱۳۸۸: ۱۰۸).

محدوده موردمطالعه

میدان شهداء مشهد

قدمت میدان شهداء مشهد که عرصه و کاربری‌های مجاور آن در تصویر شماره ۲ مشخص است، به دوران پهلوی اول رسیده و پیش از انقلاب «میدان مجسمه» خوانده می‌شد، نه‌تنها مرکز فیزیکی شهر مشهد است، بلکه ازآنجاکه در گذر زمان، شاهد رویدادهای مهم تاریخی و سیاسی بوده و پس از حرم مطهر امام(ع)، بزرگ‌ترین مرکز شهری مشهد به شمار می‌رود (زاهدی محبوب، ۱۳۹۲: ۱۲۲). بااینکه این میدان در طول نزدیک به یک قرن سابقه، تغییرات کالبدی متعددی را بر پیکره خود دیده، همواره عنصری فعال و اثرگذار در فضای شهری مشهد بوده است. بخش مهمی از این جایگاه به دلیل موقعیت مناسب این میدان در مرکز شهر است که دروازه ورودی به حرم مطهر به شمار می‌رود. بخش دیگری از آن مربوط به عناصر و کاربری‌های مهم محدوده میدان است که در شکل شماره ٦ نمایش داده شده است. در حال حاضر، میدان شهداء تنها عنوان و شناسه‌ای برای یک نقطه و با کاربری مشخص محسوب نمی‌شود؛ بلکه به دلیل اهمیت و جایگاه آن، شامل مجموعه‌ای از فضاهای مسکونی، تجاری، عناصر مذهبی، شریانی، آموزشی، فرهنگی و اداری می‌شود (امیرفخریان، ۱۳۹۸: ۷۸). علاوه بر موارد ذکرشده، میدان شهداء یک گره ترافیکی مهم در شهر و محل تقاطع سه شریان عمده مشهد است: خیابان توحید به خیابان شیرازی (دروازه قوچان به حرم مطهر)، خیابان هاشمی نژاد (راه‌آهن مشهد) به خیابان دانشگاه و خیابان امام خمینی (پایانه اتوبوسرانی مشهد) به خیابان عبادی.



تصویر ۲: محدوده میدان شهداء مشهد و عناصر مهم واقع در آن (امیرفخریان، ۱۳۹۸: ۷۸)

ساختار محل میدان فعلی شهداء تا ۱۳٦۰ش به‌صورت یک فلکه بود. در این سال، به‌واسطه حل معضلات ترافیکی، نقشه فلکه‌ای به چهارراه تغییر پیدا کرد. طرح امروز میدان که مطابق تصویر شماره ۳ شامل میدان مرکزی محصور در بین شش توده ساختمانی است، حاصل مسابقه‌ای است که به ۱۳۸۲ش به‌صورت محدود برگزار گشت و مهندسین مشاور تجیر برنده آن شد. بر اساس این طرح، شش توده ساختمانی در مرز میدان و خیابان‌های اطراف به‌گونه‌ای قرار گرفته‌اند که فواصل میان آن‌ها، شش ورودی میدان را شکل می‌دهند. از این میان، ورودی به سمت حرم مطهر، مهم‌ترین دسترسی میدان است.



تصویر ۳: میدان شهداء مشهد (URL 1)

یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در نمودار شماره ۱ مشخص است، مراحل الگوی پدیدارشناسی موستاکاس از انتخاب موضوع پژوهش آغاز شده و تا استخراج یافته‌ها ادامه دارد. تحلیل یافته‌ها در این شیوه به عهده پژوهشگر است. بدین معنی که پژوهشگر پس از استخراج تم‌های نهفته در مصاحبه‌ها، اقدام به ارائه توصیفات متنی و ساختاری از تجارب مشارکت‌کنندگان کرده تا با ادغام این توصیفات، به گزاره‌ای مشخص که همان یافته-های پژوهش است، دست یابد. نمونه‌ای از این فرایند در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: استخراج مصاحبه‌های این پژوهش بر مبنای الگوی موستاکاس (مأخذ: نگارندگان)

پدیده موردمطالعه (نمونه موردی): میدان شهداء مشهد						
یافته	ادغام توصیفات متنی و ساختاری (جوهره)	توصیف ساختاری	توصیف متنی	واحد ÷ (تم)	افقی سازی گزاره‌ها معنادار و مهم	اپوخه
عدم **محصوریت** میدان	ازآنجاکه ساختمان‌های میدان که مرزهای آن را شکل می‌دهند، بیش از اندازه با یکدیگر فاصله دارند، مخاطب احساس تعلق به مکان ندارد.	فاصله بیش از حد ساختمان‌ها (مرزهای میدان) در ایجاد این حس مؤثر است.	مخاطب احساس تعلق به مکان نمی‌کند. درواقع این احساس را ندارد که از مکانی به مکانی دیگر وارد شده و دیگر در مکان پیشین قرار ندارد.	گشودگی‌های فراخ میدان	**مصاحبه‌شونده B-B-6:** هنگامی‌که وارد میدان شهداء می‌شوم، احساس می‌کنم میدان بیش از اندازه باز است. احساس نمی‌کنم که در فضای بسته‌ای قرار گرفته‌ام.	پیش‌فرض‌های مواجهه با میدان پیش‌فرض‌های مبتنی بر اطلاعات و نظریه‌های آکادمیک در مورد مکان (پدیدارشناسی مکان) پیش‌فرض‌های مبتنی بر دانش شخصی پژوهشگر سابقه تاریخی میدان
تراکم صوتی بیش از اندازه میدان	به علت وجود ترافیک زیاد اطراف میدان و عدم طراحی مانع و فیلتر صوتی، سروصدای زیادی به عرصه میدان منتقل‌شده و اجازه خلوت‌گزینی به مخاطب نمی‌دهد.	وجود ترافیک بیش از حد سواره در اطراف میدان در عدم ایجاد احساس آرامش است.	به دلیل سروصدای زیاد داخل میدان، مخاطب احساس آرامش و خلوت‌گزینی ندارد.	سروصدای زیاد در میدان	**مصاحبه‌شونده B-C-1:** تمایل دارم در گوشه‌ای از میدان بنشینم و بعد از یک روز کاری سخت، کمی با خود خلوت کنم، اما سروصدا در اینجا زیاد است.	

بر طبق جدول شماره ۳، جامعه آماری این پژوهش از دو گروه مشارکت‌کنندگانِ در معرضِ تجربه هرروزه میدان شهداء و مشارکت‌کنندگان با تجربه یک یا چندباره میدان تشکیل شده است. برای هر یک از ٦ دسته جامعه آماری، ده نمونه و درمجموع ٦٠ مشارکت‌کننده مورد مصاحبه قرار گرفتند. پس از افقی‌سازی گزاره‌های معنادار و مهم که شامل بیش از ۱۷۵ گزاره بود، این گزاره‌ها در ۳۵ تم جداگانه تقسیم‌بندی گردید. پس از ارائه توصیفات متنی و ساختاری و ادغام آن‌ها و استخراج جوهره‌ها مطابق با جدول شماره ۴، در مرحله یافته‌ها بر اساس منابع نظری پدیدارشناسی درباره مکان، این ۳۵ تم به شش مؤلفه اساسی حس مکان تقسیم‌بندی شدند که در جدول شماره ۵ نمایش داده شده است.

جدول ۵: تم‌های استخراج‌شده در این پژوهش و یافته‌های مرتبط با آن‌ها (مأخذ: نگارندگان)

یافته‌ها (مؤلفه‌های حس مکان)		تم‌ها
درون‌گرایی	سنخیت درون و بیرون	- ترافیک زیاد اطراف میدان - دسترسی نامناسب - نمایانی ترافیک اطراف میدان
	تمییز درون و بیرون	- مرزهای کم‌رمق میدان - تفکیک نامناسب خیابان و عرصه میدان
مرکزگرایی	مرکزیت فیزیکی	- استفاده از آب نمای مرکزی - وجود نشانه مرکزی در میدان - استفاده از فضای سبز و درخت - کف‌سازی یکنواخت میدان
	مرکز وجودی	- خاطره بازی با میدان - دیدمستقیم به حرم - کمبود محل تجمّع و نشستن - احساس عدم امنیت در برخی کنج‌های میدان - تاریکی میدان در شب - فقدان سایه در میدان - یکنواختی فضای عرصه میدان - عدم وجود فضای تفریحی کودکان در میدان
محصوریت، کرانمندی		- گشودگی‌های فراخ میدان - دید بیش از حد به خارج میدان - مرز ضعیف خیابان و میدان - فقدان خطّ آسمان ویژه میدان - فاصله زیاد ساختمان‌های پیرامون میدان از یکدیگر - ارتفاع زیاد ساختمان‌های خارج از میدان - فقدان حس احاطه‌کنندگی میدان
تراکم		- سروصدای زیاد در میدان - سروصدای زیاد اطراف میدان - فعالیت‌های ساختمانی در میدان - عبور وسایل نقلیه موتوری از داخل میدان - وجود عناصر مزاحم در میدان - خلوتی عرصه میدان
عینیت، بین الاذهانی		- برگزاری مراسم آئینی در میدان - گذر هرروزه از میدان - نقش نوستالژیک ساختمان قدیم شهرداری - مرور خاطرات میدان - فقدان حس شاعرانه در میدان

همان‌گونه که مشاهده شد، کلیه ۳۵ تم استخراج‌شده در پنج مؤلفه درون‌گرایی، مرکزگرایی، محصوریت، تراکم و بین-الاذهانی قابل دسته‌بندی بودند. در ادامه، این مؤلفه‌ها به تفکیک بیان می‌شود.

مکان: درون‌گرایی، تمییز بیرون و درون

یکی از مهم‌ترین عواملی که در مصاحبه‌ها به چشم‌خورده و تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان از میدان شهداء مشهد را شکل می‌دهد، اهمیت تفکیک عرصه درون و بیرون است که آن را «درون‌گرایی» مکان می‌نامیم. برای اینکه بتوانیم بگوییم مکانی درون‌گراست، باید بتوانیم بیرون آن را نیز تعریف کنیم. در درون بودن یعنی دور از آنچه در بیرون است قرار داشتن تا درون و بیرون هر یک جایگاه مستقل خود را داشته باشند. از دیدگاه برخی مشارکت‌کنندگان، مرزهای میدان شهداء مشهد آن‌قدر قدرتمند نبودند تا بتوانند حس در درون بودن را القاء کنند.

مکان: درون‌گرایی، سنخیت درون و بیرون

تعدادی از مشارکت‌کنندگان به این موضوع اشاره داشتند که هنگامی‌که در داخل میدان هستند، جلوه‌های بصری نامناسب بیرون و ترافیک فزاینده اطراف میدان هنوز با آن‌هاست. آن‌ها انتظار و تمایل داشتند از یک فضای آرام با

کمی پیاده‌روی وارد میدان شوند و سروصدا و ترافیک را کاملاً پشت سر بگذارند. بنابراین، نکته حائز اهمیت در سنجش درون‌گرایی یک مکان، سنخیت درون و بیرون آن است. بدین معنی که لازمه درون‌گرایی، هم‌جنس بودن درون و بیرون، در عین استقلال آن‌ها از یکدیگر، است؛ اتفاق مهمی که از دید مشارکت‌کنندگان، در میدان شهداء مشهد صورت نگرفته است. آنچه نظر مصاحبه‌شوندگان را به‌عنوان یک نکته منفی جلب کرده بود، وضعیت دسترسی نامناسب و بدون سنخیت از خیابان به میدان بود که در تصویر شماره ۴ نمایش داده شده است[۱]. با این تفسیر، درون و بیرون میدان از یک سنخ نیست و این امر بر ویژگی درون‌گرایی میدان تأثیر منفی داشته است. وجود یک فضای جداکننده قوی مابین عرصه پیاده میدان و عرصه سواره پیرامونی، می‌تواند تا حدود زیادی بر نقش درون‌گرایی میدان بیفزاید.



تصویر ۴: دسترسی نامناسب به میدان از نگاه مشارکت‌کنندگان (مأخذ: نگارندگان)

مکان: مرکز وجودی، مرکزیت فیزیکی

کریستین نوربرگ-شولتز می‌گوید: «مکان‌ها هدف‌ها یا کانون‌هایی هستند که در آنجا ما رویدادهای با معنای وجودمان را تجربه می‌کنیم» (نوربرگ-شولتز، ۱۳۹۳: ۲۲). تصور مرکز باید به‌عنوان عنصری اساسی از فضای وجودی موردتوجه قرار گیرد. هر مکان که در آن معنی آشکار شود، درواقع یک مرکز است. از دیدگاه عده‌ای از مصاحبه‌شوندگان که به‌صورت روزانه با میدان سروکار داشتند، علی‌الخصوص کسبه میدان و افراد سالخورده‌تر، میدان شهداء عرصه گذران اوقات و نیز گپ‌وگفت با دیگران بود، به‌طوری‌که روزانه چندساعتی را در آنجا خلوت کرده، به تماشای اتفاقات میدان می‌نشستند و یا به تعامل با دوستان و آشنایان می‌پرداختند. برای اینان میدان مملو از خاطرات بود. ارتباط این افراد با میدان از نوع سکنی گزیدن بود و میدان بخش مهمی از زندگی روزانه آن‌ها شده بود. با این ارتباط معنادار، میدان شهداء مشهد بخشی از وجود و یا به تعبیر پدیدارشناسانه، «مرکز وجودی» و بخشی از هویت ایشان گشته بود. هرچند، نزدیکی و دید و منظر به حرم مطهر که در تصویر شماره ۵ مشخص است، یکی از دلایل اساسی شکل‌گیری این ادراک نسبت به میدان بود و مشارکت‌کنندگان عنوان می‌کردند: «بودن در میدان را دوست دارم، چون در نزدیکی حرم حضور دارم». علاوه بر این، در خلال گفت‌وگوهایی که با مشارکت‌کنندگان داشتیم آن‌ها بر وجود عنصری مرکزی در عرصه میدان تأکید داشتند که به نظر می‌رسد این امر یک نیاز فطری است. آنچه عمده مشارکت‌کنندگان در جایگاه مرکز میدان انتظار داشتند، وجود حوض آب یا فضایی گشاده جهت تعامل بود[۲].

---

۱. هرچند دسترسی‌هایی به‌صورت زیرگذر به میدان تعبیه‌شده، اما از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، دسترسی از خیابان هنوز دسترسی اصلی میدان بود.

۲. باید یادآوری شود که هرچند طراحان طرح جدید میدان، مرکزی هندسی را برای آن در نظر گرفته بودند، اما به نظر می‌رسد این مرکز با آنچه مشارکت‌کنندگان به‌عنوان مرکز میدان در نظر دارند، متفاوت است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، مرکز میدان را در محور ورودی حرم مطهر می‌پنداشتند.



تصویر ۵: دید و منظر، هرچند ضعیف، به حرم مطهر، یکی از دلایل اصلی ادراک وجودی یا هستی شناختی میدان شهداء است (مأخذ: نگارندگان)

مکان: محصوریت، کرانمندی

برای این‌که یک مکان خصلت درون‌گرایی داشته باشد و بتوان بیرون و درونی برای آن تعریف کرد، می‌بایست، در ابتدا، محصور باشد. به‌واقع، نخستین مداخله مهم معمارانه انسان در محیطش، مشخص و محصور کردن قلمرو بوده تا با این کار مکان را از آنِ خود کند. محصوریت توسط کرانه یا مرز تعریف می‌شود. به‌واقع، محصوریت بدین معناست که مکان، فارغ از ابعاد و وسعت آن، دارای مرز مشخصی باشد. مرزها بخشی از جهان که گستره‌ای باز و انتزاعی است را به مکان، یعنی بخشی متمایز از جهان، بدل می‌سازند. مرز جایی است که مکان از آنجا شروع به حضور می‌کند، نه این‌که در آن متوقف‌شده و به پایان برسد. این‌که مرز و کرانه میدان شهداء مشهد کجاست و چه وضعیتی دارد، سؤال مهمی است. مصاحبه‌شوندگان به دو لایه مرزی در میدان شهداء مشهد اشاره کردند. در لایه اول، توده‌های ساختمانی پیرامون میدان (شش توده ساختمانی)، مرزهای آن را شکل می‌دهند. هنگامی‌که به‌اتفاق، پیاده، مسیرهای دسترسی و ورود به میدان را می‌پیمودیم، آنچه نظر ایشان را جلب می‌کرد، عدم چفت و بست این شش بنای مستقل میدان و فاصله زیاد آن‌ها از یکدیگر بود. این گشودگی‌های وسیع تا حدود زیادی از قدرت کرانمندی میدان و احساس محصور بودن در داخل آن می‌کاست، چراکه دید و منظری که این گشودگی‌ها به بیرون میدان حاصل می‌کرد، بیش از اندازه می‌نمود که در تصویر شماره ٦ مشخص است. بنابراین تداوم مرزها در شکل‌گیری یک مکان نقش بسزایی دارد؛ ساختمان‌های مستقل و مجزا، به‌خصوص هنگامی‌که در فاصله‌ای بعید از یکدیگر واقع شده باشند، نمی‌توانند تشکیل فضای شهری بدهند (نوربرگ-شولتز، ۱۳۸۷: ۱۰۰). لایه دوم مرزی میدان ازنقطه‌نظر مشارکت‌کنندگان، نرده‌های فلزی بود که حدفاصل ورودی‌های شش‌گانه میدان و خیابان‌های پیرامون قرار داشتند. این نرده‌ها نه‌تنها جذابیت بصری نداشتند، بلکه به‌عنوان مرز دو فضای گسترده میدان و خیابان، به لحاظ کالبدی، بسیار ضعیف بودند. بنابراین، می‌توان بیان داشت محصوریت یک مکان، ارتباط مستقیمی با تراکم کالبدی مرزها و تداوم آن‌ها دارد.



تصویر ٦: فاصله زیاد ساختمان‌های پیرامون میدان از قدرت محصورکنندگی آن می‌کاهد (مأخذ: نگارندگان)

مکان: تراکم

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش در مصاحبه‌های خود به چندین عامل اشاره کردند که ما آن‌ها را به‌صورت کلی، «تراکم مکان» نام گذارده‌ایم. یکی از این عوامل، تراکم بیش از حد عناصر کالبدی در میدان بود. بدین معنی که مشارکت‌کنندگان به‌نوعی تشتّت در پیرامون و داخل میدان اشاره می‌کردند که علت آن، تعدد عناصر ناموزون موجود در میدان بود. چیزهایی مثل چراغ‌های روشناییِ سبک انگلیسی، سطل‌های زباله، پرژکتورهای مرتفع موجود در میدان، تابلوهای اعلان، کیوسک‌ها، نرده‌کشی‌ها، فلاورباکس‌ها، تابلوهای برق، ایستگاه تأسیسات گاز، لوله‌های اطفاء حریق و تابلوهای تبلیغاتی. از دید مشارکت‌کنندگان در قسمت‌هایی از میدان تجمع این موارد آن‌قدر زیاد بود که موجب آزردگی خاطر می‌شد (تراکم کالبدی). علاوه بر تراکم عناصر، مشارکت‌کنندگان به سروصدای زیاد (تراکم صوتی) موجود در میدان که به‌واسطه ترافیک خیابان‌های اطراف و نیز عبور و مرور موتورسیکلت از عرصه میدان ایجاد می‌شد، به‌عنوان عاملی آزاردهنده اشاره داشتند. همچنین، از دید عده‌ای از افراد، وضعیت میدان در شب بسیار مطلوب‌تر در روز می‌نمود. این افراد، علت را تراکم عملکردهای موجود در میدان در طول روز و توقف بخشی از این فعالیت‌ها در شب می‌دانستند؛ عملکردها و فعالیت‌های دولتی (ساختمان شهرداری)، تجاری (تجاری‌های خرد و مجتمع‌های تجاری)، اداری (مجتمع‌های اداری)، فرهنگی (تالار شهر)، خدماتی (دسترسی پارکینگ، دسترسی زیرگذرها، ورودی مترو)، اجتماعی و اوقات فراغت و ترافیکی (عبور دوچرخه و موتورسیکلت). همه این‌ها در کنار فعالیت‌های ساخت‌وساز در عرصه میدان، موجب تراکم عملکردها می‌شود. انسان همواره مکانی را برای سکونت برمی‌گزیند که نه دارای تراکمی بیش از اندازه زیاد باشد و نه بیش از حد کم. مکان‌های با تراکم زیاد کالبدی، صوتی و عملکردی، دارای پیچیدگی بیش از توان تحمل انسان هستند و در مقابل، تراکم کم زمینه‌ای خنثی را به وجود می‌آورد که فاقد تنوع است.

مکان: عینیت، بین‌الاذهانی

از دیدگاه پدیدارشناسی مکان یک پدیدار عینی است. تأکید بر عینیت در پدیدارشناسی، در مقابله با طرح ذهنیت[1] در فلسفه است. شعار «به‌سوی چیزها» هوسرل که مانیفست پدیدارشناسی است، به معنای همین بازگشت به عینیات و مخالفت با تجریدها و ساختارهای ذهنی است: یعنی باید به‌طرف عین اشیاء یا چیزها رفت، اما منظور از عینیت و این‌که مکان عینی است، به معنای کالبد نیست و اشاره به کالبد مکان ندارد، بلکه عینیت به معنای این‌که اولاً مکانی همچون میدان شهداء مشهد جزء تجارب روزانه و روزمره مردم است و دوما، از تجربه مشترک میان اگوهای مختلف که همان استفاده‌کنندگان از میدان هستند، قوام می‌یابد. ترفند اساسی پدیدارشناسی برای گذار از ذهن به عین، مسئله «میان‌ذهنیت» یا «بین‌الاذهانی» است که به‌طور خلاصه عبارت است از نظام ارتباط دوجانبه ذهن من و دیگری آن‌طور که در جهان زندگی روزمره وجود دارد (بودلایی، ۱۳۹۵: ۲۱). پدیدارشناسی از طریق همین ارتباطات و اشتراکات میانِ اذهان، خود را از تنگناهای ذهنیت‌گرایی رهانید و به عینیت دست‌یافت؛ چراکه اشتراکات اذهان قاعدتاً و به دلیل مشترک بودن، درون خود مستلزم عینیت است (ابراهیمی، ۱۳۶۸: ۸). بدین معنی که از نظر پدیدارشناسی تا زمانی که ما از مفهومی واحد و پدیداری واحد، درکی مشترک در اذهان نداشته باشیم، زندگی میسر نیست. بنابراین، در این نگاه آن چیزی که اذهان مختلف درک و برداشت مشترکی از آن داشته باشند، مشمول عینیت شده و از قید ذهنیت رها می‌گردد. به‌بیان‌دیگر، آن چیز که همه اذهان آن را درک می‌کنند، عین می‌شود، اما میان‌ذهنیت چگونه به اشتراکات می‌رسد؟ نظام ارتباطی میان‌ذهنت، تفاوت‌ها را حذف کرده و آنچه باقی می‌گذارد، شباهت‌ها و اشتراکات اذهان در مواجهه با پدیدارها است. مواجهه پدیدارشناسی با پدیده مکان نیز به همین ترتیب است. ادراک میدان شهداء حاصل میان‌ذهنیت است. آنچه برای یکی حضور دارد و برای دیگری حضور ندارد، در مکان جای نمی‌گیرد، چراکه در مکان اختلاف‌ها و تفاوت‌ها

1. Subjectivity

به انطباق و یگانگی می‌رسد، یعنی وجوه اختلاف ادراک حذف می‌شود و وجوه اشتراک آن‌ها در جهان زندگی [و مکان] به‌عنوان درک مشترک و عام آن‌ها باقی می‌ماند.

معنای هریک از مفاهیم (مؤلفه‌ها) و مصداق آن‌ها به‌صورت خلاصه در جدول شماره ٦ ارائه شده است.

جدول ٦: یافته‌های پژوهش (مؤلفه‌های پدیدارشناختی حس مکان) (مأخذ: نگارندگان)

مفهوم	معنا	مصداق
درون‌گرایی	تمیز بیرون و درون	یکی از مهم‌ترین عواملی که در مصاحبه‌ها به چشم‌خورده و تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان از میدان شهداء مشهد را شکل می‌داد، اهمیت تفکیک عرصه درون و بیرون بود که آن را «درون‌گرایی» مکان نامیدیم.
	سنخیت درون و بیرون	تعدادی از مشارکت‌کنندگان به این موضوع اشاره داشتند که هنگامی‌که در داخل میدان هستند، جلوه‌های بصری نامناسب بیرون و ترافیک فزاینده اطراف میدان هنوز با آن‌هاست. آن‌ها انتظار داشتند از یک فضای آرام با کمی پیاده‌روی وارد میدان شده و سروصدا و ترافیک را پشت سر بگذارند. بنابراین، نکته حائز اهمیت در سنجش درون‌گرایی یک مکان، سنخیت درون و بیرون آن است. بدین معنی که لازمه درون‌گرایی، هم‌جنس بودن درون و بیرون، در عین استقلال آن‌ها از یکدیگر است؛ اتفاق مهمی که از دید مشارکت‌کنندگان، در میدان شهداء مشهد صورت نگرفته است. آنچه نظر مصاحبه‌شوندگان را به‌عنوان یک نکته منفی جلب کرده بود، وضعیت دسترسی نامناسب و بدون سنخیت از خیابان به میدان بود. با این تفسیر، درون و بیرون میدان از یک سنخ نیست و این امر بر ویژگی درون‌گرایی میدان تأثیر منفی داشته است.
مرکزگرایی	مرکز وجودی	از دیدگاه عده‌ای از مصاحبه‌شوندگان که به‌صورت روزانه با میدان سروکار داشتند، به‌ویژه کسبه میدان و افراد سالخورده‌تر، میدان شهداء عرصهٔ گذران اوقات و نیز گپ‌وگفت با دیگران بود؛ به‌طوری‌که روزانه چندساعتی را در آنجا خلوت کرده، به تماشای اتفاقات میدان می‌نشستند و یا به تعامل با دوستان و آشنایان می‌پرداختند. برای آنان، میدان مملو از خاطرات بود. ارتباط این افراد با میدان از نوع سکنی گزیدن بود و میدان بخش مهمی از زندگی روزانه آن‌ها شده بود. با این ارتباط معنادار، میدان شهداء مشهد بخشی از وجود و یا به تعبیر پدیدارشناسانه، «مرکز وجودی» و بخشی از هویت ایشان گشته بود. هرچند، نزدیکی و دید و منظر به حرم مطهر، یکی از دلایل اساسی شکل‌گیری این ادراک نسبت به میدان بود و مشارکت‌کنندگان عنوان می‌کردند: «بودن در میدان را دوست دارم، چون در نزدیکی حرم حضور دارم».
	مرکزیت فیزیکی	در خلال گفت‌وگوها، مشارکت‌کنندگان بر وجود عنصری مرکزی در عرصه میدان تأکید داشتند. آنچه عمده مشارکت‌کنندگان در جایگاه مرکز میدان انتظار داشتند، وجود حوض آب یا فضایی گشاده جهت تعامل بود.
محصوریت	کرانمندی	مرز میدان شهداء برای مشارکت‌کنندگان، شش توده بنای پیرامون آن بود، اما آنچه نظر ایشان را جلب می‌کرد، عدم چفت‌وبست این شش بنای مستقل میدان و فاصله زیاد آن‌ها از یکدیگر بود. این گشودگی‌های وسیع تا حدود زیادی از قدرت کرانمندی میدان و احساس محصور بودن در داخل آن می‌کاست؛ چراکه دید و منظری که این گشودگی‌ها به بیرون میدان حاصل می‌کرد، بیش از اندازه می‌نمود.
تراکم	تراکم کالبدی، صوتی، عملکردی	تراکم کالبدی: مشارکت‌کنندگان به‌نوعی تشتت در پیرامون و داخل میدان اشاره می‌کردند که علت آن تعدد عناصر ناموزون موجود در میدان (چراغ‌های روشناییِ سبک انگلیسی، سطل‌های زباله، پرژکتورهای مرتفع، تابلوهای اعلان، کیوسک‌ها، فلاورباکس‌ها، تابلوهای برق، ایستگاه تأسیسات گاز، لوله‌های اطفاء حریق و تابلوهای تبلیغاتی) بود. از دید مشارکت‌کنندگان در قسمت‌هایی از میدان تجمع این موارد آن‌قدر زیاد بود که موجب آزردگی خاطر می‌شد (تراکم کالبدی). تراکم صوتی: مشارکت‌کنندگان به سروصدای زیاد موجود در میدان که به‌واسطه ترافیک خیابان‌های اطراف و نیز عبور و مرور موتورسیکلت از عرصه میدان ایجاد می‌شد، به‌عنوان عاملی آزاردهنده اشاره داشتند. تراکم عملکردی: از دید عده‌ای از افراد، وضعیت میدان در شب بسیار مطلوب‌تر در روز می‌نمود. این افراد، علت را تراکم عملکردهای موجود در میدان در طول روز (عملکردها و فعالیت‌های دولتی (ساختمان شهرداری)، تجاری (تجاری‌های خرد و مجتمع‌های تجاری)، اداری (مجتمع‌های اداری)، فرهنگی (تالار شهر)، خدماتی (دسترسی پارکینگ، دسترسی زیرگذرها، ورودی مترو)، اجتماعی و اوقات فراغت و ترافیکی (عبور دوچرخه و موتورسیکلت)) و توقف بخشی از این فعالیت‌ها در شب می‌دانستند.

عینیت	بین‌الاذهانی	میدان شهداء مشهد به‌واسطه نقش تاریخی و مذهبی خود به یک پدیدار عینی در شهر مشهد و میان شهروندان مشهدی بدل شده است. در طی مصاحبه‌ها، شرکت‌کنندگان بارها به خاطرات خود از این میدان اشاره می‌کردند. در این بین ساختمان قدیمی شهرداری با بیش از هفتادسال قدمت در جنوب میدان، نقش کلیدی در یادآوری خاطرات گذشته ایفا می‌کند، اما بیش از همه، نزدیکی میدان به حرم مطهر و رنگ و بوی مذهبی و معنوی آن بود که مورد اشاره تقریباً تمامی مصاحبه‌شوندگان، چه ساکن مشهد و چه ساکن سایر شهرهای مشهد و یا کشورهای دیگر، قرار گرفت. از نظر ایشان، این میدان به لحاظ بصری و ادراکی نقش پیش فضای حرم مطهر را ایفا می‌کند. درمجموع، این میدان به یکی از پدیدارهای روزمره مردم بدل شده است. اگرچه تنها بخشی از مردم مشهد به‌طور روزانه با آن سروکار دارند، اما میدان شهداء به خاطر ویژگی‌های خاص خود به یک پدیدار عینی و یک تجربه مشترک بین‌الاذهانی میان استفاده‌کنندگان از آن بدل شده است.

نتیجه‌گیری

طبق آنچه در این پژوهش به دست آمد، بر مبنای تجربه زیسته ساکنان در مواجهه با میدان شهداء مشهد، حس مکان در یک عرصه شهری منوط به مؤلفه‌هایی است که باعث تعامل و انس هرچه بیشتر مشارکت‌کنندگان با آن می‌شود. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: درون‌گرایی، مرکزگرایی، محصوریت، تراکم و عینیت. بر این اساس، ازآنجاکه درون و بیرون میدان شهداء به‌خوبی از هم تفکیک نشده و نیز درون و بیرونش از یک سنخ نیستند، خصلت درون‌گرایی این مکان به‌خوبی محقق نشده است. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بر فقدان عنصری مرکزی در میدان تأکید داشتند و میزان مرکزگرایی آن را ضعیف می‌پنداشتند. از این نظر، میدان عناصر لازم برای تبدیل‌شدن به مرکز وجودی انسان را ندارد. علاوه بر این، فاصله زیاد ساختمان‌های پیرامون میدان و گشودگی‌های فراخ میدان به بیرون، از قدرت محصورکنندگی آن کاسته است. تراکم صوتی، کالبدی و عملکردی بیش از اندازه، عامل دیگری بود که حس مکان در این عرصه شهری را تحت‌الشعاع خود قرار می‌داد. به‌واسطه تراکم زیاد این عناصر، اکثر مصاحبه‌شوندگان آرامش شب میدان را بر هیاهوی روز آن ترجیح می‌دادند. میدان شهداء به‌مثابه یک مکان، پدیداری عینی است، چراکه جزئی از تجربه روزمره مردمانی است که به آن قدم می‌گذارند و نیز حاصل درک مشترک انسان‌ها است، اما در طرح جدید میدان ازآنجاکه تاریخ و حوادث گذشته در آن نشانه‌گذاری نشده و نمود نیافته است، این درک مشترک بین نسل جدید و قدیم حاصل نشده و این امر از جنبه عینیت میدان می‌کاهد. در دهه‌های اخیر، مشارکت مردم در حوزه‌های گوناگون طراحی و برنامه‌ریزی فضا، ازجمله برنامه‌ریزی شهری و طراحی منظر، جایگاه مهمی به دست آورده است. طراحی بدون مشارکت، دخالت و اعمال نظرات مردم، باعث ایجاد فضاهایی خنثی و کسالت‌بار خواهد شد که در جذب مخاطب و ایجاد تعامل ناموفق بوده و این امر شهروندان را هرچه بیشتر به آینده شهرشان بی‌تفاوت خواهد کرد. به نظر می‌رسد که در کشور ما شهرسازی با مشارکت مردم در حد یک ایده باقی‌مانده و هرچند ممکن است گهگاه در طراحی و ساخت یک پروژه نظرات مردم ثبت شود، بااین‌حال، در عمل این نظرات اعمال نمی‌شود. این موضوع که تا چه میزان می‌بایست این تجارب به‌عنوان مبانی نظری طراحی لحاظ گردند، مسئله‌ای مهم است که نیاز به بررسی بیشتر دارد. دانش پدیدارشناسی استراتژی‌های تحقیق متنوعی را برای حصول نظرات نخبگان ارائه داشته که می‌تواند در تحقیقات آتی مورد استفاده قرار گیرد. آنچه مسلم است و از نتایج این پژوهش نیز برمی‌آید، میدان شهداء مشهد درصورتی‌که در فضای فکری مبتنی بر آراء مردم مشهد به‌عنوان استفاده‌کنندگان اصلی آن طراحی می‌شد، می‌توانست به‌مثابه یک کانون مهم شهری، بسیار مطلوب‌تر و شاخص‌تر بوده و تا حدود زیادی در القاء حس مکان و ایجاد گفتگو و تعامل بین شهر و مردم موفق باشد.

فهرست منابع

۱. ابراهیمی، پریچهر. (۱۳۶۸). ***پدیدارشناسی***. بی‌جا: دبیر.

۲. ابراهیمی، محمدحسن. (۱۳۸۸). «میدان؛ فضاهای تعریف‌نشده شهرهای ایرانی». ***هویت شهر***. (شماره ۴)، ۱۰۷-۱۲۰.

۳. اسپیلبرگ، هربرت. (۱۳۹۱). ***جنبش پدیدارشناسی (درآمدی تاریخی)***. ترجمه مسعود علیا. تهران: مینوی خرد.

۴. اعرابی، سید محمد، و حسن بودلایی. (۱۳۹۰). «استراتژی تحقیق پدیدارشناسی». ***روش‌شناسی علوم انسانی***. (شماره ۶۸)، ۳۱-۵۸.

۵. اقبالی، رحمان، و همکاران. (۱۳۹۵). «ارزیابی مقایسه-ای حس تعلق شهروندان به میدان ایالت ارومیه و میدان حسن‌آباد تهران با بررسی هویت مکانی». ***هویت شهر***. (شماره ۲۸)، ۴۰-۲۹.

۶. امامی‌سیگارودی، عبدالحسین، و همکاران. (۱۳۹۱). «روش‌شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی». ***جامع‌نگر***. (شماره ۶۸)، ۵۶-۶۳.

۷. امیرفخریان، مصطفی، و مهدی بازرگان. (۱۳۹۸). «تقابل دوگانگی ارتقاء/ تنزل هویت در مجموعه‌های باارزش شهری در چهارچوب رویکرد آمایش، نمونه میدان شهداء مشهد»، ***برنامه‌ریزی و آمایش فضا***. (شماره ۳)، ۹۸-۶۵.

۸. بودلایی، اسفندیار. (۱۳۸۵). «میدان، فضای شهری گمشده در شهرسازی امروز ایران». ***مجموعه مقالات ارگ***. ج۲. تهران: سازمان میراث فرهنگی.

۹. بهزادفر، مصطفی، و امیر شکیبامنش. (۱۳۹۳). «جستاری بر فلسفه پدیدارشناسی مکان: بررسی اندیشه‌های دیوید سیمون در رابطه با مفهوم خانه به‌مثابه یک مکان»، ***هویت شهر***. (شماره ۱۷)، ۵۹-۳۴.

۱۰. پرتوی، پروین. (۱۳۸۲). «پدیدارشناسی مکان: اصول و متدولوژی». ***پایان‌نامه دکتری***. تهران: دانشگاه تهران.

۱۱. پرتوی، پروین. (۱۳۹۴). ***پدیدارشناسی مکان***. تهران: فرهنگستان هنر.

۱۲. پنج‌تنی، منیره و همکاران. (۱۳۹۶). «پدیدارشناسی تجربه زیباشناختی مکان: مطالعه موردی میدان نقش‌جهان». **پژوهش‌های فلسفی**. (شماره ۲۰)، ۶۰-۲۳.

۱۳. توسلی، محمود، و ناصر بنیادی. (۱۳۷۱). ***طراحی فضاهای شهری***. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

۱۴. حکمت، مرضیه، و پروین پرتوی. (۱۴۰۰). «خوانش تجربه بازدیدکننده موزه در مکان مقدس (مورد پژوهی: موزه-های حرم مطهر رضوی)»، ***پژوهشنامه خراسان بزرگ***. (شماره ۴۲)، ۶۳-۸۴.

۱۵. جمادی، سیاوش. (۱۳۹۵). ***زمینه و زمانه پدیدارشناسی***. تهران: ققنوس.

۱۶. خاتمی، محمود. (۱۳۷۹). ***جهان در اندیشه هایدگر***. تهران: موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.

۱۷. دانشپور، عبدالهادی، و زهرا غفاری‌آذر. (۱۳۹۹). «طراحی شهری با رویکرد مشارکت همکاری‌جویانه، از ایده تا طرح (مورد پژوهی: میدان هروی تهران)». ***باغ نظر***. (شماره ۱۷)، ۵-۲۰.

۱۸. دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). ***لغت‌نامه دهخدا***. ج۲. تهران: دانشگاه تهران.

۱۹. رلف، ادوارد. (۱۳۸۹). ***مکان و بی‌مکانی***. ترجمه محمدرضا نقصان محمدی و همکاران. تهران: آرمانشهر.

۲۰. زاهدی‌محبوب، آمنه. (۱۳۹۲). «تحلیل و واکاوی تجربه بهسازی و ساماندهی میدان شهداء مشهد». ***هفت شهر***. (شماره ۴۴-۴۳)، ۱۲۱-۱۳۳.

۲۱. سادات‌حبیبی، رعنا. (۱۳۸۷). «تصویرهای ذهنی و مفهوم مکان». ***هنرهای زیبا***. (شماره ۳۵)، ۵۰-۳۹.

۲۲. سجادزاده، حسن. (۱۳۹۲). «نقش دلبستگی به مکان در هویت بخشی به میدان‌های شهری». ***باغ نظر***. (شماره ۲۵)، ۸۸-۷۹.

۲۳. سلطان‌زاده، حسین. (۱۳۸۵). ***فضاهای شهری در بافت تاریخی ایران***. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۲۴. سلطان‌زاده، حسین، و فاطمه شکیبایی. (بی‌تا). «ارزیابی تطبیقی ساختار میدان در شهرهای دوره اسلامی». ***همایش ملی نظریه‌های نوین در معماری و شهرسازی***. تهران.

۲۵. شاهچراغی، آزاده، و علیرضا بندرآباد. (۱۳۹۴). ***محاط در محیط: کاربرد روان‌شناسی محیطی در معماری و شهرسازی***. تهران: جهاد دانشگاهی.

۲۶. صافیان، محمدجواد. (۱۳۹۰). «بررسی پدیدارشناختی-هرمنوتیک نسبت مکان با هنر معماری»، ***پژوهش‌های فلسفی***. (شماره ۸)، ۱۲۹-۹۳.

۲۷. طهوری، نیز. (۱۳۹٦). «آموختن از هایدگر: پدیدارشناسی در معماری، تأثیر فلسفه هایدگر در نظریه‌پردازی معماری». ***کیمیای هنر***. (شماره ۲۵)، ۹۳-۷۲.

۲۸. لینچ، کوین. (۱۳۷۲). ***سیمای شهر***. ترجمه منوچهر مزینی. تهران: دانشگاه تهران.

۲۹. لیوتار، ژان فرانسوا. (۱۳۷۵). ***پدیده‌شناسی***. ترجمه عبدالکریم رشیدیان. تهران: نی.

۳۰. مدیری، اتوسا. (۱۳۸۷). «مکان»، ***هویت شهر***. (شماره ۲)، ٦۹-۷۹.

۳۱. نقی زاده، محمد. (۱۳۸۵). «تأملی در روند دگرگونی میدان در شهرهای ایرانی». ***هنرهای زیبا***. (شماره ۲۵)، ۲۴-۱۲.

۳۲. نوربرگ-شولتز، کریستین. (۱۳۵۳). ***هستی، فضا و معماری***. ترجمه محمدحسن حافظی. تهران: بی‌نا

۳۳. نوربرگ-شولتز، کریستین. (۱۳۸۲). ***معماری: معنا و مکان***. ترجمه ویدا نوروز برازجان. تهران: جان‌جهان.

۳۴. نوربرگ-شولتز، کریستین. (۱۳۸۷). ***مفهوم سکونت (به‌سوی معماری تمثیلی)***. ترجمه محمود امیر یاراحمدی. تهران: آگه.

۳۵. نوربرگ-شولتز، کریستین. (۱۳۸۹). ***روح مکان؛ به‌سوی پدیدارشناسی معماری***. ترجمه محمدرضا شیرازی. تهران: رخداد نو.

۳٦. نوربرگ-شولتز، کریستین. (۱۳۹۳). ***وجود، فضا و معماری***، ترجمه ویدا نوروز برازجانی. تهران: پرهام.

۳۷. هال، استیون و همکاران. (۱۳۹۵). ***پرسش‌های ادراک: پدیدارشناسی معماری***. ترجمه مرتضی نیک‌فطرت و همکاران. تهران: فکرنو.

۳۸. هایدگر، مارتین. (۱۳۸۹). ***هایدگر برای معماران***. ترجمه روزبه احمدی‌نژاد. تهران: طحان.

39. Creswell, w. John. (2007). ***Qualitative Inquiry and Research Design; Choosing Among Five Approaches***. *Thousad Oaks*, California: Sage.

40. Given, L. M. (Ed). (2008). ***the Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods***. vols. 1&2. California: Sage.

41. Glaser, Barney. (1998). ***Doing Grounded Theory: Issues and Discussions***. Mill Valley, California: Sociology Press.

42. Moustakas, C. E. (1994). ***Phenomenological Research Methods***. Thousand Oaks, California: Sage.

43. Norberg-Schulz C. (1980). ***Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture***. New York: Rizzoli

44. Punter, J. (1991). “Participation in the design of urban space”. ***Landscape Design***. (vol 200), 24-27.

45. URL 1: www.nazaronline.ir